

LIONBRIDGE

GAMES



## VIDEOJUEGOS PARA TODO EL MUNDO: CÓMO ATRAER A LAS MUJERES EN LA INDUSTRIA

5 consejos para empresas de videojuegos  
que desean atraer a la mitad del mundo

DE LIONBRIDGE GAMES

## CUANDO PIENSA EN UNA PERSONA «GAMER», ¿QUÉ SE LE VIENE A LA CABEZA?

**Si es la imagen de un joven desaliñado y con gafas, no le pasa solo a usted. Durante años, el estereotipo del jugador friki ha persistido, y ha tenido ramificaciones tanto en la composición demográfica de la industria del videojuego como en el contenido y mensajes que el sector crea.**

Lo cierto es que las mujeres representan una parte importante y creciente del mercado mundial de los videojuegos, y cada vez son más las que se identifican como jugadoras ávidas o empedernidas. Su creciente interés ha surgido a pesar de importantes obstáculos. Debido a que la industria del videojuego está dirigida mayoritariamente por hombres, las preferencias de las mujeres suelen quedar relegadas a un segundo plano durante el desarrollo de los juegos y, lo que es más, no se anima a las mujeres a asumir papeles más activos en las comunidades de jugadores.

Al pasar por alto a las jugadoras, las empresas de videojuegos ignoran un componente extremadamente beneficioso. La población infrarrepresentada de mujeres aporta una oportunidad increíble no solo para generar ingresos, sino también para ejercer una influencia positiva en este momento crucial de la historia de los videojuegos. Si desarrolla o distribuye videojuegos y quiere mejorar la experiencia de juego de las mujeres de todo el mundo, siga leyendo.

### En este artículo, descubrirá:

Dónde encontrar mujeres en el mercado de videojuegos mundial

---

Qué motiva a las videojugadoras

---

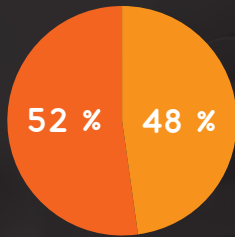
Opciones existentes de videojuegos para mujeres

---

5 consejos para crear videojuegos pensando en las mujeres

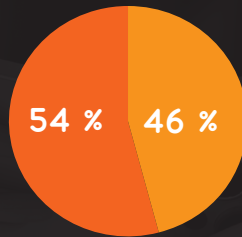
*A lo largo de los años, las mujeres de todo el mundo han aumentado considerablemente sus horas de juego. En Estados Unidos, casi la mitad de los jugadores son mujeres, y otras regiones les siguen de cerca.*





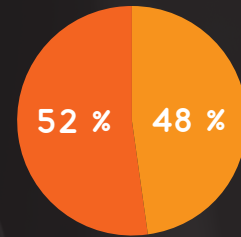
## ESTADOS UNIDOS

48 % mujeres | 52 % hombres [fuente]



## CHINA

46 % mujeres | 54 % hombres [fuente]



## EUROPA

48 % mujeres | 52 % hombres [fuente]

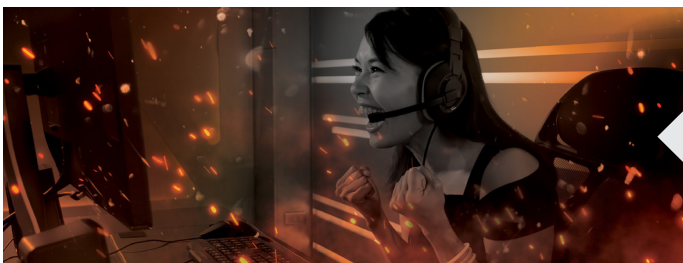
### ¿Dónde están las mujeres?

En todo el mundo, las jugadoras parecen ser el tipo de cliente ideal: su compromiso con los videojuegos es cada vez mayor, superan a los usuarios varones en juegos de móvil y ya se gastan dinero en los juegos que les gustan.



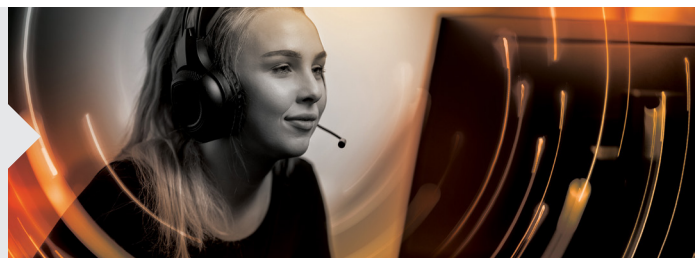
Las jugadoras son más propensas a jugar en móvil que los jugadores. También juegan con más frecuencia: el 32 % de las mujeres afirma jugar a un juego de móvil al menos 5 días a la semana, frente a solo el 28 % de los hombres. [Fuente]

Por término medio, las mujeres gastan más en consolas, contenidos descargables y accesorios. Por cada dólar que los hombres jugadores se gastan en estos artículos, las mujeres jugadoras invierten una media de 1,07 dólares. [Fuente]



Según un estudio polaco, las mujeres representan el 42 % de los jugadores que juegan a diario, y la friolera del 53 % de todos los jugadores que juegan de 4 a 6 veces por semana. [Fuente]

En 2021, el mercado de los videojuegos en Asia experimentó un crecimiento interanual del 7,6 % en el número de jugadoras, frente a un crecimiento global del 5 %. [Fuente]



A pesar de estas prometedoras estadísticas, aún persiste la idea de que jugar a videojuegos es una actividad intrínsecamente masculina. Esta percepción se manifiesta en múltiples facetas de la industria: el 77 % de las mujeres ha denunciado haber sufrido **acoso por razón de género** de manera habitual cuando juega; solo el 6 % de los 150 videojuegos más populares tiene **una protagonista femenina**; y hay la mitad de **mujeres desarrolladoras** de videojuegos que de hombres.

¿Por qué se da esto? Aunque hay varias razones para la disparidad de género en los videojuegos, el problema puede tener su origen en la caída de la industria de los videojuegos en 1983. La caída del mercado llevó a los directores de las empresas de videojuegos a enfocarse en los jóvenes menores de 18 años como principales consumidores de contenido de videojuegos.

En los últimos 30 años, las empresas de videojuegos se han centrado en exceso en este estereotipo: han creado juegos especialmente adaptados a los intereses y motivaciones de los jóvenes jugadores masculinos, han diseñado amplias narrativas centradas en protagonistas masculinos fuertes y atrevidos, y han creado personajes femeninos florero e hipersexualizados que atienden a las necesidades y acciones del protagonista.

No sentían que fuese necesario crear juegos con matices y centrados en la mujer, así que, en gran parte, no lo hicieron. En la actualidad, vemos que eso empieza a cambiar lentamente. Sin embargo, a medida que los tiempos y los números han evolucionado, el desarrollo de videojuegos centrados en la mujer no ha seguido el mismo ritmo.

### ¿Cuáles son las opciones existentes de videojuegos para mujeres?

Hoy en día, los juegos multijugador más populares no están dirigidos a las mujeres. En todo el mundo, los jugadores eligen jugar por varias razones distintas. Tal vez disfruten con la destrucción o aspiren a sentir la emoción de la competición. A algunas personas les encanta transportarse a un mundo de fantasía, mientras que a otras les motivan las cadenas de misiones que aumentan lentamente el poder del jugador.

Las mujeres **tienden a sentirse motivadas** por los juegos de diseño, compleción y fantasía, mientras

que los hombres tienden a sentirse motivados por los juegos de competición, destrucción y desafío. En conjunto, las mujeres no se sienten atraídas por los tipos de juegos que más se han comercializado y que más éxito han tenido en el pasado: juegos como Call of Duty, NBA, Grand Theft Auto y Madden NFL. De hecho, solo representan el 2 % de los jugadores de juegos deportivos.

Incluso entre los tipos de videojuegos que atraen proporcionalmente a las mujeres, la mayoría de los protagonistas son hombres. **Un análisis de los videojuegos más vendidos** reveló que el 80 % de los protagonistas de los juegos más populares son hombres, y la friolera de un 32 % de los juegos cuentan únicamente con personajes masculinos.

Si cree que esta disparidad no le importa a las jugadoras, se equivoca. Según un **estudio de Newzoo**, solo el 48 % de las jugadoras de EE. UU. y el 39 % de las jugadoras del Reino Unido afirman sentirse bien acogidas en los videojuegos. Además, solo el 49 % de las jugadoras estadounidenses y el 43 % de las jugadoras británicas se sienten bien representadas en los videojuegos.

Cada vez son más las mujeres que quieren jugar (y juegan), pero en las opciones actuales hay una severa infrarrepresentación. Las empresas de videojuegos tienen una fuente de ingresos masiva (y, en gran medida, sin explotar) en las mujeres que quieren verse a sí mismas y sus intereses reflejados en los juegos que prueban.

Esto no quiere decir que las mujeres no tengan ninguna opción: la tendencia está cambiando lentamente, pero hay algunos ejemplos magníficos de franquicias con buena representación femenina. Juegos como Tomb Raider y Metroid han sido durante mucho tiempo las opciones favoritas gracias a sus protagonistas, pero lanzamientos recientes como NieR:Automata y Horizon Zero Dawn se están convirtiendo rápidamente en títulos esenciales para las jugadoras.

Aunque la representación femenina en el mundo de los videojuegos parece estar evolucionando positivamente, es importante que mantengamos el ritmo y sigamos fomentando la inclusión.



## ¿Qué podemos hacer para cambiar el panorama de la industria de los videojuegos?

### 1. Desarrolle narrativas que atraigan a todos los jugadores

Cuando los guionistas y desarrolladores aspiren a entusiasmar a las jugadoras, es importante que echen un vistazo crítico a su diseño narrativo y examinen cómo se representa a las mujeres en sus juegos.

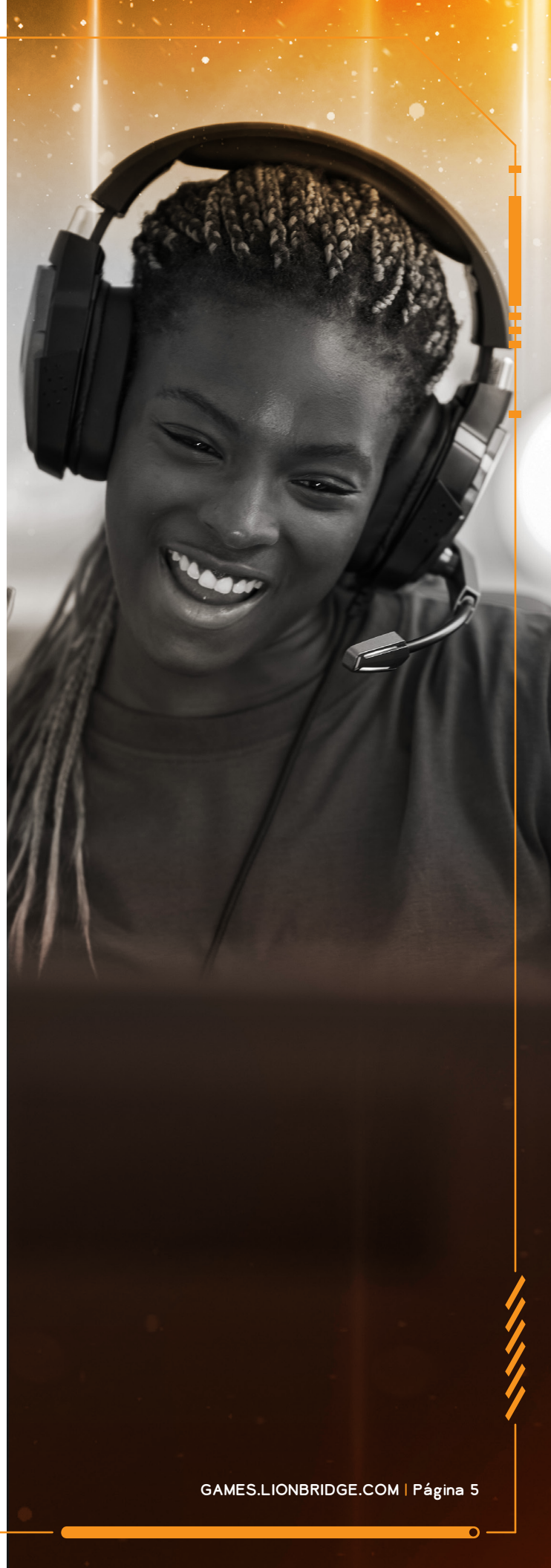
¿Cómo se retratan en su narrativa las sensibilidades y experiencias exclusivamente femeninas? ¿Qué papel desempeñan los personajes femeninos en la historia de su videojuego? ¿Cuáles son los rasgos, temas y acciones centrales asociados a sus personajes femeninos? ¿Hay siquiera personajes femeninos en su juego? Las respuestas a estas preguntas y la forma de abordarlas tendrán la mayor repercusión en la forma en que las jugadoras reciban su narrativa.

### 2. Reestructure su estrategia de marketing con el fin de crear un espacio seguro para jugadoras

Al igual que las diferencias en la forma en que hombres y mujeres reciben las historias, las maneras en que buscan información y establecen conexiones también son diferentes. Piense en cómo buscan y encuentran las mujeres nuevos videojuegos y haga lo posible por que los suyos no pasen desapercibidos.

Según un [estudio de mercado de Newzoo](#), las redes sociales son vitales para dar a conocer los nuevos videojuegos a las aficionadas. El 39 % de las mujeres descubre los videojuegos a través de amigos o familiares y el 20 % los encuentra a través de las redes sociales. En cambio, solo el 27 % de los hombres los descubre a través de amigos o familiares. Los hombres suelen encontrar videojuegos nuevos en sitios web de evaluación de videojuegos y canales de vídeos en línea.

Para diseñar una campaña de marketing eficaz, hay que conocer muy bien el público al que va dirigida. La ventaja de saber qué videojuegos interesan a las mujeres y dónde los buscarán puede poner a su empresa por delante de la competencia.



### 3. Diríjase a una comunidad cada vez mayor de mujeres en los eSports

En los últimos años, las jugadoras de eSports se han convertido en parte integrante del mundo de los videojuegos competitivos. A pesar del aumento del número de mujeres en el ámbito, siguen siendo un activo poco representado y apreciado en la comunidad de los eSports.

Capacitar a las jugadoras es un paso fundamental para acabar con los estereotipos y cambiar el panorama de los juegos competitivos. Aunque algunas empresas progresistas han dado los primeros pasos hacia la igualdad de género en los eSports, sigue existiendo una enorme disparidad de apoyo y recursos entre las jugadoras y los jugadores.

Las mujeres en los eSports son un mercado infraexplotado con un gran potencial de crecimiento. Si bien es importante colaborar con las jugadoras de eSports, asegúrese de apoyarlas adecuadamente con los recursos que necesitan: no solo exposición, sino también una amplia gestión, entrenamiento y remuneración.

### 4. Contrate a mujeres para crear videojuegos (y probarlos)

En todos los sectores existen estudios que demuestran que la diversidad de liderazgo en las empresas produce diversidad en los productos y servicios que ofrecen. Este es sin duda el caso de la industria de los videojuegos, que siempre ha contado con un volumen desproporcionadamente alto de hombres.

En una entrevista concedida a IGN, Tanya Short, desarrolladora de juegos afincada en Montreal, expresa su preocupación por la falta de mujeres con poder ejecutivo en el mundo de los videojuegos. «Ha sido un círculo vicioso. Si crea productos dirigidos fundamentalmente a cierto sector de la población y es un producto estrella, es probable que quienes jueguen a ese producto quieran crear algo similar»,

comenta Short. «Los desarrolladores masculinos diseñan videojuegos para hombres a los que, a su vez, les motiva convertirse en desarrolladores de videojuegos. Interrumpir el ciclo puede ser difícil para las mujeres, pero es imprescindible a la hora de crear videojuegos que representen mejor lo que quieren las videojugadoras, y así promocionar el uso y la compra de videojuegos».

Reconocer la disparidad es un gran primer paso, pero ¿cómo puede motivar a las mujeres a formar parte de su empresa? Primero, asegúrese de que su cultura empresarial es inclusiva y respetuosa y que fomenta las opiniones y perspectivas diversas.


### 5. Invierta en juegos para móviles

Las cifras hablan por sí solas: las mujeres se decantan masivamente por los videojuegos para móviles, en los que invierten más tiempo y dinero que los hombres. El 64 % de las mujeres afirma preferir el móvil a otras plataformas, y el 32 % declara jugar al menos 5 días a la semana.

Los móviles está en auge en términos generales, y algunas distribuidoras ya se han dado cuenta. Aunque tradicionalmente los lanzamientos triple A se limitaban a consolas y PC, en los últimos años han llegado a la App Store y Google Play muchos juegos de gran presupuesto. Con el éxito de Genshin Impact, Fortnite y Roblox en móviles, recurrir a los teléfonos para el desarrollo supone una buena inversión.

La oportunidad aumenta cuando se añaden jugadoras a la ecuación: los juegos para móviles permiten sacar partido de una tendencia en crecimiento y, al mismo tiempo, llegar al público allí donde quiere estar. Si desea empezar a atraer a un público femenino, vaya donde estén ellas. Invierta en dispositivos móviles. Y si a eso le suma una narración sólida protagonizada por mujeres y una estrategia de marketing específica, la inversión merecerá la pena.





**En Lionbridge Games sabemos qué hace falta para captar e inspirar a nuevos grupos de personas a gran escala. Nuestro compromiso es ayudar a los clientes a que millones de jugadores en cientos de mercados tengan acceso a sus videojuegos. Forjamos conexiones más profundas que hacen que sus jugadores vuelvan a por más.**

Si desarrolla, distribuye o prueba videojuegos y quiere lanzar el próximo gran título, podemos ayudarle. Colabore con nosotros para descubrir cómo puede conectar mejor con las jugadoras —y con todos los demás jugadores— en su país y en todo el mundo.

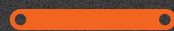






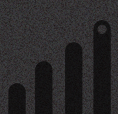
## Acerca de Lionbridge Games

Lionbridge Games ofrece a cualquier público global la experiencia de juego que imagine. Nuestros expertos especializados en videojuegos están repartidos por todo el mundo y ayudarán a hacer realidad todos los aspectos de su videojuego, sin ningún riesgo. Entre nuestros servicios están el diseño narrativo, la grabación de voces en off, la localización de videojuegos, la subtitulación, el testeo mediante control de calidad y los servicios de experiencia de los jugadores. Lionbridge garantiza la máxima calidad para cualquier videojuego que se esté desarrollando, independientemente de la plataforma.



MÁS INFORMACIÓN EN

**GAMES.LIONBRIDGE.COM**



# LIONBRIDGE

© 2023 Lionbridge. Todos los derechos reservados.