

Willard Manrique: Fortnite, el juego que desafió a Apple

El entorno digital y su desarrollo viene mostrando nuevas estrategias y cambios de roles en la gestión de canales de venta. El año pasado, Epic Games, una de las más importantes compañías estadounidenses desarrolladora de videojuegos y, propietaria de Fortnite, puso de cabeza la dinámica de pagos a través de tiendas de aplicación.

A fin de “desintermediar” sus ventas, Fortnite habilitó un sistema de pago directo, alternativo al de las tiendas de aplicación como Apple App Store, evitando comisiones de hasta un 30%.

Al mismo tiempo, otros desarrolladores de videojuegos estadounidenses también levantaron su voz en contra de Apple, debido a las exageradas comisiones y a las restricciones de los teléfonos iPhone para acceder a aplicaciones de terceros.

Aunque el veredicto inicial del tribunal de California ha dictaminado que Apple no mantiene un monopolio sobre las transacciones digitales en videojuegos móviles; reconoce un comportamiento anticompetitivo para las aplicaciones y ordenó que permitiese la inclusión de metadatos, enlaces externos y otras llamadas que conecten a los usuarios con diferentes mecanismos de pago.

Considerando que las tiendas de aplicaciones son, finalmente, un canal de venta, este suceso evidencia que se vienen

gestando nuevas reglas de juego entre las tiendas o plataformas de aplicaciones y los desarrolladores.

Han surgido compañías que, habiendo identificado esta oportunidad, ofrecen sistemas de pago más competitivos y, potencialmente, esto abriría la posibilidad a nuevos canales de distribución, alternativos a las apps stores.

Resulta importante destacar que la relevancia de un producto y/o marca para los usuarios finales es un factor clave para explorar la desintermediación. En este caso, Fortnite consolidó su presencia en el segmento gamer a través de las apps stores de múltiples plataformas.

Los beneficios generados para Epic Games (estimados en 5,100 millones de dólares en 2020) pusieron sobre el panorama la posibilidad de optar por medios de pago alternativos. Sin embargo, ello le costó ser retirado de las tiendas de Apple y Google en agosto del 2020.

Actualmente, el número de usuarios registrados del videojuego continúa creciendo a través de las plataformas de PlayStation, Xbox One, Microsoft Windows y macOS.