



Tirada: 106.067 Difusión: 66.022 (O.J.D) Audiencia: 231.077 (E.G.M) Ref: 3379708	Emprendedores Nacional Economía 1ª Edición	Mensual 01/12/2010	Superficie: 191,00 cm ² Ocupación: 28.21% Valor: 2.281,55 Página: 18	  1 / 1
---	--	-----------------------	--	--

¿Publicidad en videojuegos?

Pocos sabrán que Barak Obama contrató una campaña de publicidad *ingame* con la que se anunció durante casi un mes en 18 videojuegos de la Xbox 360 en plena carrera presidencial. Juan Carrillo y Ana Sebastián lo desvelan en su libro *Marketing Hero* (Esic), en el que nos descubren el enorme potencial de los videojuegos como herramientas

comerciales (algo que en España ya conocen marcas como Movistar, Vodafone o el Ministerio de Cultura).

Cómo

Ambos autores aportan en su libro las reglas básicas, tomadas de *marketingdirecto.com*, a la hora de publicitarse con éxito y sin molestar en los videojuegos:

1. Debe potenciar el compromiso con el juego.
 2. Debe tener sentido en el juego (¿qué videojuego sería el ideal para mi marca?).
 3. Debe percibirse como parte natural del juego.
 4. La customización puede llegar a propulsar la involucración del jugador con la marca.
 5. La comunicación debe ser medible.
- Consejos para entrar en un mercado que tiene, indudablemente, mucho futuro.



Los avances tecnológicos dotan a los videojuegos de un alto valor para cualquier campaña de marketing. Ahora se busca aprovechar estas características para insertar publicidad dinámica e interactiva.