

Mecánicas de Recompensa Aleatoria en el Comportamiento Conductual en Jóvenes de Bogotá

Random Reward Mechanics in Behavioral Behavior in Youth from Bogotá

Alejandro Tamayo Ruiz ¹

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Fecha de recepción: 01 de diciembre de 2024.
Fecha de aceptación: 25 de enero de 2025.

¹Ingeniero en Multimedia. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá - Colombia.
E-mail: est.alejandro.tamayo@unimilitar.edu.co
Código ORCID: <http://orcid.org/0009-0007-6090-4676>

CITACIÓN: Tamayo -Ruiz, A. (2025). Mecánicas de Recompensa Aleatoria en el Comportamiento Conductual en Jóvenes de Bogotá. Revista Conocimiento, Investigación y Educación. CIE. Vol. 1. (20), 16-28.

Resumen

Se analiza el impacto de las mecánicas de recompensa aleatoria, como loot boxes, en los videojuegos, enfocándose en su relación con el gasto impulsivo y comportamientos adictivos. Basado en teorías de gratificación inmediata y condicionamiento, se aplica una metodología mixta, combinando análisis de percepciones de jugadores y patrones de uso. Los resultados indican que jóvenes son especialmente vulnerables debido a estímulos psicológicos, mostrando conductas como gasto repetitivo y normalización de estas prácticas. Se concluye la necesidad de regulaciones para proteger a los jugadores jóvenes y equilibrar monetización con responsabilidad, proporcionando insumos clave para desarrolladores, legisladores y jugadores en Bogotá.

Palabras Clave: *Adicción, Comportamiento del consumidor, Gasto, Proceso aleatorio, Videojuegos.*

Abstract

The impact of random reward mechanics, such as loot boxes, in video games is analyzed, focusing on their relationship with impulsive spending and addictive behaviors. Based on theories of immediate gratification and conditioning, a mixed methodology is applied, combining analysis of player perceptions and usage patterns. The results indicate that young people are especially vulnerable due to psychological stimuli, showing behaviors such as repetitive spending and normalization of these practices. The need for regulations to protect young players and balance monetization with responsibility is concluded, providing key inputs for developers, legislators and players in Bogotá.

Keywords: *Addiction, Consumer behavior, Spending, Random process, Video games.*

Introducción

Con el auge de los videojuegos en los últimos años, ciertos mecanismos de recompensa han atraído la atención tanto de jugadores como de personas ajenas a la industria, como padres, educadores y legisladores. Dichos mecanismos han recibido varias críticas por su potencial para conducir a la adicción. Por lo tanto, el objetivo principal de la investigación es evaluar y comprender el impacto de estas prácticas en los jóvenes, con el fin de concientizarlos a ellos y al público en general sobre la relevancia de estos mecanismos en el panorama actual de la industria de los videojuegos.

Recientemente se ha encontrado que la relación entre el gasto en cajas de botín o loot boxes está estrechamente vinculada con el “gambling” o los juegos de apuestas, mostrando una relación incluso más fuerte que la observada con el abuso de sustancias con las apuestas (Zendle & Cairns, 2018). Este vínculo sugiere que las cajas de botín pueden ser un puente que lleve a comportamientos descontrolados en los juegos de este tipo. Dado el potencial impacto de estas mecánicas en una población tan joven, resulta imperativo investigar cómo influyen en el desarrollo de problemas con el juego y con el gasto impulsivo.

Esta información es útil para desarrollar medidas regulatorias que protejan a los jugadores que usan estas mecánicas repetidamente. Además, se tratará de buscar y proporcionar evidencia concreta sobre los perfiles y comportamientos sobre los usuarios que compran constantemente loot boxes, lo cual es fundamental para desarrollar políticas para la regulación. (von Meduna, 2019)

En resumen, el objetivo es mejorar la comprensión de cómo todos estos tipos de mecanismos de recompensa aleatorios influyen en el comportamiento de los jugadores, y como retienen a los usuarios durante largos periodos de tiempo. Todo esto para establecer un equilibrio, es decir, un resultado futuro ideal o cuanto menos mejor al actual, por ejemplo, en la industria se ha demostrado que se puede lograr con éxito la implementación de estas mecánicas en grandes entregas cumpliendo con las regulaciones que abordan este tema. (Arjona Martín y Muñoz del Pozo, 2020).

El estudio limitará su alcance a jóvenes de 15 a 25 años. Debido a que este grupo demográfico está expuesto a un alto grado de estimulación publicitaria y a un entorno digital accesible, lo que permite un análisis detallado de cómo estos mecanismos influyen en su comportamiento conductual (Vázquez-Fernández & Barrera-Algarín, 2020). Buscando comprender también cómo las cajas de botín influyen en la propensión de este grupo a tener comportamientos de juego impulsivos y proporcionar una visión precisa del impacto de estas conductas sin interferencia de otros factores externos.

Este enfoque permitirá identificar claramente cómo estos mecanismos contribuyen a los problemas de adicción y ayudará a desarrollar ideas para posibles recomendaciones regulatorias, sin desviarse en aspectos directamente no relacionados con el tema de la investigación.

Todo esto con el objetivo de informar a los desarrolladores y jugadores sobre el problema con estas mecánicas, evitando así que las prácticas de diseño de juegos generen comportamientos inadecuados, y

ayudando a crear conciencia sobre los impactos negativos que los mecanismos de recompensa aleatorios pueden provocar, especialmente en los jóvenes.

Como jugador y consumidor activo de este tipo de entretenimiento puedo afirmar que he vivido el incremento constante de la incorporación de estas mecánicas a lo largo de los últimos años, por lo que considero importante informar a los usuarios sobre las posibles consecuencias del uso constante de estas mecánicas de forma inconsciente.

En especial en juegos móviles, donde la implementación de estas prácticas está más presente y es aún más evidente en comparación con el resto de la industria. Por ejemplo, los juegos triples A multiplataforma de grandes compañías del medio, en años recientes han empezado a regular el uso de estas mecánicas, en cambio, los juegos móviles a menudo carecen de tales medidas de intervención y regulación.

Con lo dicho anteriormente, la idea de implementar advertencias para informar a los jugadores sobre los riesgos asociados con las mecánicas de recompensa aleatoria sería un avance significativo en la protección del consumidor. En comparación con otras advertencias existentes, como las de clasificación por edad o las alertas sobre destellos y luces para prevenir efectos en personas con epilepsia, por eso veo realista incluir advertencias que sensibilicen a los jugadores sobre los posibles impactos conductuales que pueden padecer al usar estas mecánicas de manera repetitiva con el paso del tiempo.

Esto enfocado principalmente a jugadores jóvenes, quienes son los más

afectados por el uso de estas mecánicas y lo más peligroso sin darse de cuenta de ello.

Básicamente, el problema se centra en las influencias de las mecánicas de recompensa aleatoria en los jóvenes y cómo repercuten en sus comportamientos. Actualmente, estas prácticas de monetización están normalizadas en la industria de los videojuegos y reciben constante publicidad, lo que refuerza una cultura de consumo orientada a la compra impulsiva.

Estas dinámicas no solo fomentan el consumismo, sino que también pueden derivar en comportamientos adictivos, especialmente en adolescentes y jóvenes adultos. Esto resulta especialmente preocupante porque estas mecánicas comparten características psicológicas con las apuestas, utilizando estrategias diseñadas para generar anticipación y recompensas intermitentes, lo que las hace altamente atractivas para este grupo etario (Cartwright & Hyde, 2022).

Además, los estudios han identificado una relación significativa entre el uso de loot boxes y la susceptibilidad al desarrollo de hábitos de apuestas problemáticos, particularmente en adolescentes, quienes carecen del control de impulsos propio de los adultos. Esto se debe a la inmadurez de ciertas estructuras cerebrales que los hace más vulnerables a estas dinámicas manipulativas (Uddin, 2021).

Además de esto, las medidas regulatorias implementadas en distintas regiones reflejan una respuesta dispar y, en muchos casos, insuficiente frente al problema. Tal como señala Xiao (2022), aunque países como Bélgica han adoptado enfoques prohibitivos clasificándolas como

juegos de azar, otras naciones, como China, han optado por medidas de transparencia, exigiendo la divulgación de las probabilidades de obtención de recompensas. Sin embargo, el cumplimiento de estas medidas suele ser deficiente, lo que reduce totalmente su efectividad para proteger a los consumidores más vulnerables.

En este sentido, los jóvenes, que representan una parte significativa de los jugadores activos actualmente, continúan expuestos a dinámicas manipulativas debido a la falta de una regulación global uniforme que aborde las similitudes entre las loot boxes y las apuestas tradicionales. Esta falta de coherencia normativa no solo permite que las empresas de videojuegos adapten sus prácticas a los vacíos legales de cada país, sino que también dificulta la creación de un marco ético que priorice la protección de los usuarios frente a los intereses comerciales de la industria.

Por ello, es imperativo que los gobiernos, en colaboración con expertos en psicología, legislación y diseño de videojuegos, trabajen en el desarrollo de políticas más integrales que aborden tanto los riesgos financieros como los impactos psicológicos de estas mecánicas.

Bases Teóricas

Mecánicas de Recompensa

Las mecánicas de recompensa aleatoria los últimos años se han convertido en la parte principal de interacción de los jugadores en los videojuegos. Siendo la manera actual en la que se otorgan incentivos por acciones específicas dentro de los videojuegos, esto con el fin de enganchar al usuario induciéndolo a repetir

ciertas acciones para el progreso del jugador dentro del producto, jugando con la posibilidad desconocida de ganar recompensas.

Las loot boxes lograron estabilizarse en el panorama actual de los videojuegos debido a que permiten mantener a los jugadores comprometidos mediante el uso de expectativas inciertas para obtener una recompensa dentro del videojuego (Cartwright & Hyde, 2022). Según Swink (2009), las recompensas afectan directamente la sensación de control y progreso del jugador, son clave para crear una experiencia atractiva y fluida dentro de un entorno de juego virtual. Siendo un eje fundamental en el diseño de videojuegos para obtener más público.

Tipos de Videojuego

Hay gran variedad de tipos de videojuegos, en los últimos años varios de estos han empezado a implementar mecánicas de recompensa, las cuales tienen el objetivo de enganchar al usuario, maximizando su inmersión y compromiso con el videojuego.

Un ejemplo claro son los juegos de rol, que lo utilizan en los sistemas de recolección de objetos, otros videojuegos como los de estrategia ofrecen recompensas que benefician al usuario en campos como el manejo de recursos, es decir, cada tipo lo lleva a su campo y adapta la recompensa según sea su mecánica de juego principal.

Tavinor (2008) sugiere que los videojuegos pueden ser vistos desde una perspectiva ludológica, donde el desafío y las reglas estructuran las interacciones del jugador, lo que a su vez impacta en la forma en que se perciben las recompensas dentro

de un sistema interactivo. En los juegos competitivos, como los first-person shooters (FPS) o battle royales, las recompensas suelen ser cosméticas, afectando la apariencia del personaje, pero no necesariamente las habilidades del jugador, lo que refuerza el estatus social dentro de la comunidad. Esto mismo paso con los MOBA, los cuales manejan recompensas únicamente visuales que no afectan directamente el desempeño del usuario.

Rol del Jugador

El rol del jugador es clave para el análisis de estas mecánicas de recompensa, para ver como las perciben y responden a las mismas. En su libro, Swink (2009) explica que la percepción activa del jugador y su interacción con el espacio virtual son fundamentales para el desarrollo de una experiencia inmersiva. Lo que da un protagonismo a estas mecánicas repetitivas que llevan al usuario a un compromiso con el juego para obtener las recompensas que este le puede llegar a ofrecer.

El jugador no es un participante pasivo; sus decisiones y acciones dentro del juego no solo afectan el progreso, sino que también están diseñadas para estimular su sentido de logro y anticipación, aspectos que son clave en la mecánica de recompensas.

Enfocándonos en los jugadores jóvenes, debido a su susceptibilidad psicológica y menor control de los impulsos, suelen verse más afectados por las recompensas aleatorias, ya que están diseñadas específicamente para enganchar a los jugadores, lo que incrementa el riesgo de caer en comportamientos impulsivos a temprana edad (von Meduna et al., 2020).

Pay2Win

Los sistemas Pay2Win son aquellos donde el jugador por medio de gasto económico en el juego logra adquirir ventajas significativas en comparación al resto de jugadores. En estos sistemas gran parte del progreso del jugador va ligado a las compras que este haga dentro del videojuego, haciendo que el gasto en este sea la mecánica de juego principal, lo que refuerza en la comunidad en general la dinámica de consumo en los videojuegos.

Las loot boxes están frecuentemente asociadas con estos juegos, ya que su contenido aleatorio puede incluir mejoras que afectan el rendimiento del jugador, además, se ha observado que los jugadores de Pay2Win que compran loot boxes tienden a presentar mayores problemas de juego y gasto impulsivo (von Meduna et al., 2020).

Síntesis

En este contexto, la interacción del jugador con el mundo virtual que le proporcionan los videojuegos es moldeada por las características que este posee, las cuales pueden variar dependiendo del género y las mecánicas empleadas según su diseño. Según Tavinor (2008), la definición de los videojuegos como ficciones interactivas introduce una dinámica única en la que el jugador no solo observa, sino que participa activamente en la creación de la narrativa y los resultados del juego.

Este rol activo refuerza la inmersión y, en muchos casos, intensifica la conexión emocional y cognitiva del jugador con las recompensas ofrecidas por el juego. Lo que hace que ese refuerzo que se le provee al usuario por medio de recompensa tenga un

peso más grande del que a simple vista se podría ver.

Las mecánicas de recompensa aleatoria en los videojuegos han evolucionado como una estrategia de monetización en la industria del entretenimiento digital. Estos sistemas, conocidos comúnmente como loot boxes, ofrecen recompensas aleatorias a los jugadores a cambio de dinero real o tiempo invertido en el juego. Aunque estas mecánicas se han popularizado como una herramienta de generación de ingresos, su impacto en el comportamiento de los usuarios, especialmente entre los jóvenes de 15 a 25 años, ha despertado preocupaciones.

Estos jugadores, son más susceptibles a los estímulos psicológicos de gratificación inmediata, interactúan frecuentemente con estos sistemas en videojuegos móviles, donde el acceso no regulado aumenta el riesgo de desarrollar conductas adictivas y gasto impulsivo moldeadas por los entornos en los que suelen jugar e incluso convivir con otros jugadores. Los estudios muestran que el diseño de estas recompensas crea una experiencia similar a la de las apuestas, lo que genera riesgos significativos para los jugadores más vulnerables (Cartwright & Hyde, 2022).

Los jóvenes entre 15 y 25 años no solo consumen videojuegos por entretenimiento o forma de socializar entre ellos, sino que también utiliza estas plataformas para reforzar identidades sociales. En este contexto, las loot boxes han suscitado una preocupación creciente debido a su semejanza con las prácticas de juego de azar. Estas mecánicas son comunes en los juegos móviles y en modelos de negocio free-to-play, donde los jugadores pueden adquirir recompensas de forma aleatoria

mediante micro transacciones, la forma de gasto dentro de los videojuegos.

Actitudes y Comportamientos

Las respuestas de los jóvenes frente a las loot boxes están influenciadas por el deseo de obtener recompensas que mejoren su rendimiento o estética dentro del juego. La constante búsqueda de gratificación y de mejoras competitivas motiva a muchos jóvenes a realizar compras repetitivas. Esto se ve reforzado por la naturaleza competitiva de los juegos multijugador, donde las recompensas pueden elevar el estatus del jugador dentro de la comunidad virtual. Sin embargo, este comportamiento ha sido asociado con problemas de gasto compulsivo y de juego problemático.

Un estudio de von Meduna et al. (2020) muestra que una proporción significativa de los jugadores que compraban loot boxes muestran señales de juego problemático. Estas actitudes podrían estar ligadas a la emoción y la incertidumbre que generan las loot boxes, cosa que puede afectar con más facilidad a personas jóvenes en entornos virtuales que supuestamente son seguros para ellos.

Espacios y Elementos Culturales

El espacio cultural de los videojuegos ha cambiado profundamente, estableciendo comunidades virtuales donde la obtención de recompensas, como las loot boxes, es una práctica social muy común. Los videojuegos móviles, al ser accesibles desde cualquier lugar y en cualquier momento, han facilitado la creación de estas dinámicas culturales en las que los jóvenes participan continuamente en la búsqueda de recompensas.

En este contexto, las loot boxes se han normalizado como parte de la experiencia de juego, contribuyendo a una aceptación generalizada del gasto impulsivo como una práctica cultural común (Cartwright & Hyde, 2022).

La cultura digital que rodea a los videojuegos refuerza estas conductas, ya que los jóvenes están sometidos a una presión constante dentro de los entornos virtuales, donde el reconocimiento y la visibilidad dependen en gran medida de las adquisiciones realizadas dentro del juego (Xiao et al., 2021).

Un estudio reciente sobre jugadores de videojuegos en Alemania mostró que, de una muestra de 6,000 usuarios de internet, 1,508 eran jugadores de juegos Pay2Win, y de estos, 586 habían comprado loot boxes con dinero real en el último año. De estos compradores, 45.9% cumplía con los criterios de juego problemático y dos tercios cumplían con los criterios de juego problemático relacionado con el uso de loot boxes (von Meduna et al., 2020).

Estos datos refuerzan la preocupación sobre el impacto de las loot boxes en los jóvenes, especialmente aquellos con niveles más bajos de educación, quienes presentan una mayor frecuencia de compras y problemas de juego. A pesar de que algunos países han comenzado a regular las loot boxes, la falta de una regulación clara y homogénea a nivel global hace que la exposición de los jóvenes a prácticas comerciales potencialmente dañinas sea posible actualmente.

Además, la falta de divulgación adecuada sobre las probabilidades y el carácter adictivo de estas mecánicas sigue siendo un problema significativo en muchas

regiones, especialmente en América Latina, donde la regulación es casi nula.

Metodología

La adopción de una metodología documental para este estudio se justifica por diversas razones fundamentales y pertinentes. En primer lugar, la naturaleza del tema de investigación, que se centra en analizar los desafíos fronterizos en el nororiente de Colombia desde perspectivas sociocríticas, con un enfoque específico en la migración, requiere un enfoque que permita recopilar y examinar exhaustivamente la información disponible en fuentes documentales confiables y autorizadas.

La revisión bibliográfica constituye un componente crucial de esta metodología al proporcionar una sólida base teórica y conceptual sobre el tema, permitiendo a los investigadores contextualizar el problema, identificar tendencias históricas y comprender las teorías y enfoques relevantes previamente establecidos.

Aunado a lo anterior, el análisis de la Bitácora de Migración (2023), en el “información migratoria: un bien preciado que hay que reforzar” y el de Barajas, Sierra y Ureña (2022) en el libro “Narrativas y realidades de migrantes en contexto de fronteras”, son esenciales para obtener una comprensión detallada de las políticas, estrategias y acciones implementadas por las autoridades pertinentes.

La metodología documental permite abordar el estudio de manera sistemática y eficiente, aprovechando los recursos disponibles y evitando la necesidad de recopilar datos primarios, lo cual puede resultar costoso y logísticamente desafiante

en entornos donde el acceso a la información puede estar limitado o restringido. Al centrarse en fuentes documentales, se garantiza la objetividad y la imparcialidad en el análisis, ya que los datos y la información se basan en evidencia verificable y ampliamente aceptada.

Resultados

Los hallazgos se refieren a los resultados o descubrimientos obtenidos durante una investigación, estudio o análisis específico. Estos resultados suelen surgir como conclusiones derivadas del proceso de recopilación, análisis e interpretación de datos o información relevante para el tema en cuestión. A continuación, se muestra lo encontrado en el estudio.

Sección 1: Frecuencia y Gasto en loot Boxes

Tabla 1. Resultados de escala de la primera pregunta: ¿Con qué frecuencia sueles comprar loot boxes en videojuegos?

1. Frecuencia de compra	1	Nunca	3
	2	Una vez cada pocos meses	6
	3	Una o dos veces al mes	8
	4	Varias veces al mes	5
	5	Semanalmente o más	3

Fuente: Elaboración Propia (2024)

En base a la tabla 1, la mayoría de los participantes dicen que compran loot boxes con una frecuencia de una o dos veces al mes. Lo que refleja una tendencia moderada hacia la adquisición recurrente de loot boxes, sin embargo, la variabilidad observada en las respuestas indica que no todos los jugadores participan con la misma regularidad, posiblemente influenciados

por factores como presupuesto o interés en las recompensas.

Tabla 2. Resultados de escala de la segunda pregunta: ¿Cuánto gastas en promedio al mes en loot boxes?

2. Gasto promedio mensual	1	No gasto en loot boxes	4
	2	Menos de \$20,000 COP	7
	3	Entre \$20,000 y \$50,000 COP	8
	4	Entre \$50,000 y \$100,000 COP	4
	5	Más de \$100,000 COP	2

Fuente: Elaboración Propia (2024)

En base a la tabla 2, el gasto promedio mensual en loot boxes se concentra entre \$20,000 y \$50,000 COP, representando el rango más elegido por los participantes. Esto evidencia un gasto moderado dentro de un rango asequible para la mayoría de las personas que respondieron la escala para su estrato socioeconómico, pero un porcentaje pequeño (6%) reporta gastar más de \$50,000 COP mensualmente, lo que podría significar una inversión mayor y significativa, estos gastos que son una mayor cantidad de dinero podrían deberse más a impulsos que a una compra necesaria por parte de los participantes.

Tabla 3. Resultados de escala de la tercera pregunta: ¿Qué tan relevante es para ti obtener recompensas raras o exclusivas en loot boxes?

3. Relevancia de recompensas raras	1	No es relevante	3
	2	Poco relevante	6
	3	Moderadamente relevante	9
	4	Muy relevante	5
	5	Extremadamente relevante	2

Fuente: Elaboración Propia (2024)

Según la tabla 3, la importancia que tiene el hecho de ganar recompensas raras o exclusivas en loot boxes es percibida como moderada a muy

relevante. Esto sugiere que la exclusividad actúa como un fuerte motivador psicológico para la compra, alineándose con la mecánica de recompensa aleatoria que busca mantener el interés de los jugadores mediante la incertidumbre de la posibilidad de obtener una recompensa deseada.

Sección 2: Comportamiento de gasto en loot Boxes

Tabla 4. Resultados de escala de la cuarta pregunta: ¿Qué tan seguido gastas más de lo planeado al comprar loot boxes?

4. Excederse en gasto	1	Nunca gasto más de lo planeado	8
	2	Rara vez gasto de más	9
	3	Algunas veces me excedo	6
	4	Con frecuencia gasto más de lo previsto	2
	5	Siempre gasto más de lo planeado	0

Fuente: Elaboración Propia (2024)

Según la tabla 4, la mayoría de los participantes (68%) afirmó que rara vez o nunca gastan más de lo planeado al comprar loot boxes. Esto podría indicar una percepción de control sobre su gasto, aunque un 8% admitió excederse con cierta frecuencia, mostrando que un subgrupo puede ser más susceptible a influencias impulsivas, que a pesar de ser un pequeño grupo de la muestra indica que hay personas que presentan ya esa duda de gastar o no.

Tabla 5. Resultados de escala de la quinta pregunta: ¿Intentas poner un límite al dinero que usas en loot boxes?

5. Poner límites al gasto	1	No compro loot boxes	4
	2	Siempre establezco un límite	7
	3	Algunas veces intento limitarme	9
	4	Con frecuencia me propongo reducir el gasto	4
	5	Nunca me he planteado límites	1

Fuente: Elaboración Propia (2024)

Según la tabla 5, la mayoría de las personas encuestadas (53%) establece

límites de gasto siempre o al menos ocasionalmente tratándose de compras de loot boxes. Este resultado refleja una preocupación moderada por controlar el gasto por la mayoría de los participantes, aunque un pequeño porcentaje (5%) nunca se plantea restricciones, lo que podría reflejar un comportamiento de riesgo financiero relacionado con las loot boxes.

Sección 3: Impacto Financiero y Emocional

Tabla 6. Resultados de escala de la primera pregunta: ¿Cuánto tiempo dedicas al mes pensando en la compra de loot boxes o buscando opciones para obtenerlas?

6. Tiempo dedicado a loot boxes	1	Casi nada	4
	2	Menos de una hora al mes	6
	3	Entre 1 y 3 horas al mes	8
	4	Entre 3 y 5 horas al mes	5
	5	Más de 5 horas al mes	2

Fuente: Elaboración Propia (2024)

A partir de la tabla 6, se determinó que el tiempo que dedican al análisis o búsqueda de loot boxes se concentra entre 1 y 3 horas al mes (40%). Esto indica que, para muchos participantes, las loot boxes representan una actividad recurrente pero no dominante en su experiencia de juego. Sin embargo, un 14% dedica más de 5 horas al mes, sugiriendo una alta implicación emocional o estratégica.

Por lo que en resumen la gran parte de los encuestados dedica tiempo a la planeación de compra de la loot boxes más de una hora al mes, algo que no refleja una adicción, pero si un inicio para ver de manera recurrente el mercado de este tipo de recompensas.

Tabla 7. Resultados de escala de la primera pregunta: ¿Cómo afecta la compra de loot boxes en tu presupuesto para otros gastos?

7. Consecuencia en el presupuesto	1	No afecta	5
	2	Afecta muy poco	8
	3	A veces ajusto otros gastos	7
	4	Frecuentemente afecta otros gastos	3
	5	Impacto significativo	2

Fuente: Elaboración Propia (2024)

Según la tabla 7, las compras de loot boxes afectan mínimamente el presupuesto de la mayoría de los participantes (65%), aunque un 16% reporta impactos frecuentes o significativos.

Esto podría señalar que, aunque no todos los jugadores enfrentan problemas financieros, hay un subgrupo para el cual estas compras tienen consecuencias económicas importantes, aclarando que al tratarse de personas jóvenes la mayoría no tiene ingresos mensuales, sin embargo, esto hace que la priorización en la compra de loot boxes por parte de los participantes tenga más peso ya que lo priorizan sobre otro tipo de cosas que podrían adquirir.

Tabla 8. Resultados de escala de la primera pregunta: ¿Cómo te sientes después de comprar loot boxes en el juego?

8. Sentimientos después de compra	1	Satisfecho con mis compras	10
	2	Generalmente satisfecho	7
	3	Depende de lo que obtenga	5
	4	A menudo insatisfecho	3
	5	Generalmente arrepentido	0

Fuente: Elaboración Propia (2024)

Según la tabla 8, la satisfacción que sienten los participantes tras comprar loot

boxes es muy alta y lo dice la mayoría de los encuestados, con un 40% que afirma sentirse generalmente satisfecho y un 58% completamente satisfecho.

Sin embargo, un 12% depende del resultado obtenido, lo que resalta una percepción más crítica frente a lo que se obtiene, lo que lleva a generar tanto placer como frustración dependiendo del éxito en las recompensas.

Tabla 9. Resultados de escala de la primera pregunta: ¿Has recurrido a ahorros u otros medios para financiar tus compras de loot boxes?

9. Uso de ahorros o préstamos	1	No, nunca	15
	2	En una ocasión específica	6
	3	En algunas ocasiones	3
	4	Con frecuencia	1
	5	Siempre	0

Fuente: Elaboración Propia (2024)

Según la tabla 9, el 75% de los encuestados nunca ha recurrido a ahorros o préstamos para financiar estas compras, lo que indica un manejo financiero prudente en la mayoría. Sin embargo, un 11% lo ha hecho en alguna ocasión, lo que evidencia la capacidad de las loot boxes para motivar gastos que exceden los presupuestos previstos, lo que los lleva a recurrir a ayudas económicas para hacer compras innecesarias.

Lo que va de la mano con los resultados de las anteriores preguntas. Cabe destacar que el paso de recurrir a fuentes externas para obtener dinero para estos fines lo ha hecho una parte mínima de la muestra, lo que muestra un control en este aspecto.

Tabla 10. Resultados de escala de la primera pregunta: ¿Qué impacto tienen las loot boxes en tu experiencia emocional al jugar?

10. Impacto emocional	1	No tienen ningún impacto	4
	2	Muy poco	6
	3	Moderado	9
	4	Bastante	4
	5	Extremadamente	2

Fuente: Elaboración Propia (2024)

Por último, con la tabla 10 se determinó que el impacto emocional en la mayoría de los participantes es moderado (45%), reflejando que las loot boxes suelen influir en la experiencia de juego sin ser el único factor emocional y tampoco siendo el principal para la mayor parte. Sin embargo, un 18% experimenta un impacto significativo o extremo, lo que podría estar vinculado a una mayor inversión emocional en el sistema de recompensas, lo que quiere decir que son usuarios ya inmersos totalmente en estas mecánicas.

Se puede evidenciar un control moderado con respecto al impacto económico y emocional que tienen las loot boxes en las personas, sin embargo, fue un constante en todas las preguntas que exista un pequeño grupo que realmente por lo que ha contestado tienen problemas ya con este tipo de mecánicas, lo que permite decir que a pesar de la mayoría no tiene ningún problema estas mecánicas si están afectando a otros, aunque se han pocos.

Motivación de Compra

Los participantes coinciden en que la exclusividad y la rareza de los objetos que se obtienen mediante loot boxes son factores clave para motivar sus compras y son también la manera en que su atención recae en este tipo de productos y ofertas. Dos de los encuestados destacan la importancia de los objetos visualmente

atractivos y únicos, lo que aclara que hay perfiles de compradores que velan por la estética en general que las ofertas manejen, mientras otros dos encuestados valoran especialmente la conexión de las loot boxes con eventos o personajes favoritos, es decir, toda mejora en jugabilidad o estética que se ofrezca con respecto a personajes que ellos tengan una conexión.

Esto sugiere que las loot boxes no solo actúan como una estrategia de monetización, sino también como un elemento que refuerza el sentido de pertenencia o distinción dentro del juego, ya que lo ligan con personajes que les gustan o con los que se identifican. Además, la emoción vinculada a la aleatoriedad aparece como un motor poderoso para todos los entrevistados, aunque también genera frustración cuando las expectativas no se cumplen, siendo una mecánica que juega con sus expectativas, reforzando de forma espontánea a los usuarios.

Control de Gasto

En términos de manejo financiero, los entrevistados demuestran un esfuerzo consciente por evitar gastar más de lo planeado, aunque no siempre lo logran y se dejan llevar por una oferta o el impulso del momento en el que desean hacer la compra. A pesar de que la mayoría adopta estrategias como establecer presupuestos mensuales, evitar vincular tarjetas de crédito o utilizar herramientas como hojas de cálculo (Camila) debes en cunado suelen saltarse lo planeado.

Las practicas anteriormente mencionadas sugieren una preocupación activa por controlar impulsos de gasto, pero también reflejan las dificultades para

resistir promociones temporales o eventos especiales que los lleva a planear5 estrategias para no gastar más de lo necesario.

Impacto Emocional y Social

El impacto emocional de las loot boxes varía, pero es evidente que están estrechamente relacionadas con el estado de ánimo de los participantes. La mayoría admiten que compran loot boxes como recompensa o para mejorar su humor, lo que indica una asociación entre estas mecánicas y el bienestar emocional, algo peligroso aún más si están pasando por momentos que hagan que estén más vulnerables a estas mecánicas. Sin embargo.

En el ámbito social, las loot boxes son percibidas como una oportunidad para interactuar con otros jugadores. Unos entrevistados mencionan como hacen competiciones amistosas y discusiones sobre lo obtenido.

Conclusión

En relación entre las loot boxes y el gasto impulsivo los resultados muestran que la mayoría de los jóvenes gastan de manera moderada en loot boxes, con un gasto promedio mensual de entre \$20,000 y \$50,000 COP. A pesar de ello, una pequeña proporción de los participantes reporta gastar cantidades mayores de forma impulsiva. Esto permite determinar que a pesar de que la mayoría de los jugadores establece límites de gasto, existe un subgrupo susceptible a un comportamiento de gasto descontrolado.

Este detalle puede tomarse como una advertencia para la protección de los

jóvenes, ya que se determina que estas recompensas tienen impacto en las decisiones y comportamientos que tiene algunos jóvenes actualmente, así que el implementar estrategias regulatorias para proteger a los jóvenes de los riesgos asociados con el gasto impulsivo en videojuegos se hace imperativo.

También se identifica la importancia que tiene las recompensas raras y la gratificación instantánea, ya que los jugadores en general las perciben como relevantes en las experiencias de juego que han tenido, lo que nos hace ver que la incertidumbre y la gratificación instantánea son elementos clave en el diseño de estas mecánicas y juegan un papel clave para darle un atractivo a este tipo de mecánicas de recompensa.

Estos factores actúan como fuertes motivadores psicológicos, lo que a su vez contribuye a la normalización de las loot boxes en los entornos virtuales como videojuegos, mismas mecánicas que se usan en páginas de casino. Haciendo esta comparativa es necesario para dejar claro cómo hay una similitud entre estos dos entornos y como en uno hace falta hacer una regulación como ya lo tiene todos esos entornos de apuesta y casino online.

En conclusión, estos resultados indican la necesidad de crear conciencia sobre los riesgos conductuales derivados de estas mecánicas en especial en las comunidades de jóvenes de la ciudad, ya que hay algunos jóvenes que tienen problemas con este tipo de mecánicas que afectan su entorno económico y conductual, sin embargo, es de importancia hacer estudios de este problema a una escala mayor en Latinoamérica ya que se carecen de fuentes que tengan estos datos y son necesarios para

argumentar la existencia de este problema y será el inicio de la búsqueda de posibles soluciones, de las cuales pueden servir las ya enunciadas anteriormente.

Referencias Bibliográficas

- Arjona Martín, J. B., & Muñoz del Pozo, V. M. (2020). La consolidación del modelo game-as-a-service en la industria del videojuego: Micropagos, cajas botín y su problemática legal.
- Cartwright, P., & Hyde, R. (2022). Virtual coercion and the vulnerable consumer: 'Loot boxes' as aggressive commercial practices. *Legal Studies*, 42(4), 555–575. <https://doi.org/10.1017/lst.2022.7>
- Harish, A. (2022). The new slot machine: An international perspective on why the United States should learn to stop loving the loot box. *Emory International Law Review*, 36(1), 131–164.
- Swink, S. (2009). *Game feel: A game designer's guide to virtual sensation*. Morgan Kaufmann.
- Tavinor, G. (2008). Definition of videogames. *Contemporary Aesthetics*, 6(16). https://digitalcommons.risd.edu/liberalarts_contempaesthetics/vol6/iss1/16
- Uddin, S. (2021). Loot the children: The need to regulate predatory loot box mechanics in video games that target young audiences. *Family Court Review*, 59(4), 870–885.
- Vázquez-Fernández, M. J., & Barrera-Algarín, E. (2020). El juego on-line en España y las apuestas deportivas: Los jóvenes como nuevos perfiles con ludopatía. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 20(2), 61–69.
- Meduna, M., Steinmetz, F., Ante, L., Reynolds, J., & Fiedler, I. (2020). Loot boxes are gambling-like elements in video games with harmful potential: Results from a large-scale population survey. *Technology in Society*, 63, Article 101395.
- Xiao, L. Y., Henderson, L. L., Yang, Y., & Newall, P. W. S. (2024). Gaming the system: Suboptimal compliance with loot box probability disclosure regulations in China. *Behavioural Public Policy*, 8(3), 590–616. <https://doi.org/10.1017/bpp.2021.23>
- Zendle, D., & Cairns, P. (2018). Video game loot boxes are linked to problem gambling: Results of a large-scale survey. *PloS One*, 13(11), e0206767.