

Sony perderá dinero con cada PS5 que venda

Las PS5 “contribuirán negativamente a los ingresos” de Sony en los próximos meses. Lo confirmaba estos días Hiroki Totoki, CFO de la empresa, que reconoció así –aunque no lo expresara con esas palabras– que Sony perderá dinero con cada PS5 que venda.

Este dato no sorprende ya a casi nadie, porque hace tiempo que en la industria de las consolas de videojuegos es normal ver cómo las propias consolas se venden con pérdidas para el fabricante, como hemos comprobado en nuestro rápido repaso a esta historia. Eso, atención, no importa mucho, porque luego recuperan esas pérdidas con creces gracias a la venta de videojuegos.



Las pérdidas acaban compensando (y

mucho)

Retrocedamos en el tiempo. Situémonos en 2013, el año en el que se lanzaron tanto la Xbox One como la PS4. Microsoft y Sony lograron aquí algo inaudito: ganaban dinero con cada consola vendida. Con cada PS4 Sony ganaba 18 dólares, y con cada Xbox One Microsoft ganaba 28 dólares. No es mucho, desde luego, pero al menos no lo perdían.

De hecho esa fue la norma no escrita en el mundo de las consolas en las dos generaciones anteriores. Sony y Microsoft perdieron mucho dinero con sus PS2, PS3, Xbox y Xbox 360, como revelan los estudios que comparan los precios de venta con el coste de los componentes y fabricación de esos modelos.

Sony, por ejemplo, perdía dinero con cada PS3 que vendía en su lanzamiento en 2006. Un montón, de hecho: cerca de 240 dólares por consola, una cifra que desde luego parecía preocupante incluso comparándola con la que planteaba su rival.

La Xbox 360 tampoco era un buen negocio como producto hardware para Microsoft. Cuando la puso a la venta en 2005 perdía unos 125 dólares por cada una de ellas que lograba colocar en manos de los usuarios.

La PS3 tenía un precio de venta elevado: ajustado a la inflación, equivaldría a 659 dólares de 2020. La Xbox 360 era claramente más barata a 408 dólares, pero no incluía ni aquel singular procesador Cell ni esa unidad Blu-ray que la convertía en un todoterreno de la reproducción multimedia.

Aunque aquella consola se vendía a 599 dólares –un precio del que muchos se quejaron– informes de iSuppli de la época estimaban que su fabricación tenía un coste de 840,34 dólares. Con la versión barata de la PS3 con 20 GB de disco (en lugar de los 60 GB de la versión superior) la cosa era aún peor: se vendía a 499 dólares pero Sony perdía 306 dólares con cada una de ellas porque el hardware, por lo demás, era idéntico.

La consola de Microsoft logró llegar al ‘break even’ un año después de su puesta a la venta, pero Sony tardaría casi cuatro años en lograr no perder dinero con cada PS3 que

vendía. Lo logró en junio de 2010.

Antes había ocurrido lo mismo con la PS2 que Sony lanzó en 2000. Como indicaban entonces en El Mundo, “el precio de fabricación –95.000 pesetas– es mucho mayor que el de venta: en España 74.900 pesetas”.

El artículo descubría ya entonces cuál era el negocio que tanto Sony como Microsoft realmente perseguían: “las pérdidas se enjugan por los royalties que deben pagar los desarrolladores por cada uno de los títulos que venden para esta máquina. Una buena parte del precio de cada juego va a parar a Sony”. Lo que perdían con el hardware lo acababan recuperando (con creces) con la venta de videojuegos.

Con la Xbox original lanzada en 2001 pasaba algo similar: estudios de la época revelan que fabricar esta consola le costaba 425 dólares a Microsoft, pero ellos la vendían a 299 dólares. Perdían 126 dólares cada vez que se vendía una de ellas.

En todos los casos, eso sí, esas pérdidas iban reduciéndose con el paso del tiempo: componentes y procesos de fabricación se abarataban, lo que permitía asumir esas pérdidas y amortizarlas gracias a los juegos y a los largos ciclos de vida de las consolas, que oscilan tradicionalmente entre los 6 y los 8 años.

Aunque Microsoft no lo ha apuntado en comentarios oficiales como sí ha ocurrido en el caso de Sony, las nuevas Xbox Series X y Xbox Series S también se venderán con pérdidas para Microsoft. El impacto de hecho será aún mayor para la consola más asequible, la Series S, que aun siendo más modesta no sale tan a cuenta para la firma de Redmond.



Todo apunta por tanto a que tanto la PS5 como las Xbox Series S/X se vendan con pérdidas durante los primeros meses, pero hoy más que nunca eso no parece un gran problema: a las ventas de videojuegos se suman los nuevos servicios de suscripción que permiten compensar muy favorablemente esas nuevas apuestas. Ni Microsoft ni Sony deberían estar por tanto demasiado preocupadas.

Fuente: xataka.