

**PRO ECUADOR
OFICINA COMERCIAL DEL ECUADOR EN TORONTO**

**MONTREAL INTERNATIONAL GAME SUMMIT 2017: EL MERCADO DE VIDEOJUEGOS
EN CANADÁ, OPORTUNIDADES Y RETOS PARA EL ECUADOR**

Elaborado por: Patricia Rengifo H.

Cargo: Técnica de la Oficina Comercial del Ecuador en Toronto

Fecha: 19 de diciembre de 2017

Del 11 al 13 de diciembre se desarrolló el MIGS 2017 (Montreal International Game Summit) que reúne a los más grandes e importantes “jugadores” de Norteamérica y del mundo del sector de videojuegos. Estudios AAA (Microsoft, WB, EA, Ubisoft, entre otros), desarrolladores independientes, publishers, inversionistas y gamers, se reúnen cada año, desde 2004, en la ciudad de Montreal para descubrir las tendencias, tecnologías y nuevos videojuegos en esta industria que genera más de 1.600 millones de dólares (Procomer, 2012) y aporta al PIB canadiense de manera directa e indirecta alrededor de 3.700 millones de dólares (ESAC, 2017).

El ambiente que se vive dentro del MIGS da la sensación de estar en un video juego de realidad virtual donde el objetivo es aprender, conectar y enseñar. Si bien el MIGS no es una de las ferias más grandes en espacio, es la tercera más importante y al ser pequeña, pero de calidad, permite generar un networking de primera.

La Industria de videojuegos canadiense.

La industria de desarrollo de videojuegos en Canadá es la tercera más fuerte a nivel mundial, después de Estados Unidos y Japón. Los incentivos fiscales para esta industria y la alta especialización de su mano de obra son los elementos claves que han permitido que Canadá se consolide como una potencia de esta industria en casi dos décadas. Dentro de Canadá, las tres provincias en las que se desarrollan videojuegos son: Quebec, Ontario y British Columbia, siendo la primera la más fuerte.

Según, el reporte 2017 de la Asociación Canadiense de Software de Entretenimiento, ESAC (por sus siglas en inglés), del 2015 al 2017 se ha registrado un crecimiento de estudios en un 29%; es decir que Canadá alberga a 596 estudios, la industria ha generado alrededor de 40.600 empleos directos e indirectos y se han desarrollado 2.100 proyectos. En lo que respecta a las plataformas para las cuales las empresas canadienses están produciendo videojuegos, en 2017, el 31% fue para jugar en la web, el 29% para dispositivos móviles (esta categoría decreció en 36%), un 18% para consolas, un 14% para computadoras PC/MAC, un 5% para kiosco/standalone, un 1% fueron juegos para realidad virtual (una categoría que ha crecido en un 7% con relación al 2016) y el 2% restante en otras plataformas.

Debido a los incentivos fiscales que establece Canadá, como el crédito tributario por la contratación de mano de obra canadiense en este sector, la subcontratación de servicios fuera de Canadá no es una práctica muy común. Sin embargo, hay dos ventanas de oportunidad. La primera es la reducción de costos y la segunda, la búsqueda de talento. En efecto, según el tamaño del proyecto, los estudios medianos y grandes pueden incurrir en la subcontratación de servicios, tales como servicios técnicos (programación, coding, middleware), sonido, música, pruebas de calidad, localización (especialmente para países donde la lengua materna sea el inglés, francés, italiano, alemán y español), testing, portación para hacer compatible el juego a otra consola o sistema operativo, servicio al cliente. Sin embargo, los costos de estos servicios deben ser un 50% a 60% más bajos que en Canadá. Además, la calidad, la conectividad para realizar envío de datos y transferencias y la agilidad en la comunicación son otros factores clave al momento de tomar la decisión de subcontratación de un servicio.

Por otro lado, se espera que en los próximos dos años se contraten alrededor de 2.300 puestos de trabajo (nivel senior) y si no hay el talento (debido a la desaceleración del crecimiento de la población canadiense) los estudios locales empezarán a buscar talento fuera de Canadá.

El consumidor canadiense de videojuegos

Además de conocer como está compuesta la industria canadiense también es importante caracterizar al jugador canadiense. El reporte del 2016 de la ESAC sobre el consumidor de videojuegos establece que el 52% de los canadienses (19 millones) se describen como “gamers”; es decir que juegan regularmente videojuegos. De este porcentaje, el 51% son hombres y el 49% son mujeres. El grupo etario que más juega tiene en promedio 36 años y juegan alrededor de 11 horas a la semana.

En materia de plataformas en las cuales juegan con más regularidad, un 41% lo hace en su celular o tablet, un 31% en una computadora, un 25% en una consola de TV y apenas un 4% en una consola portátil. Esta elección de la plataforma se explica debido a que el 89% de canadienses adultos tiene un celular o tablet y un 90% de la población adulta posee una computadora. En lo que se refiere a los principales géneros que buscan los jugadores canadienses, estos varían según la edad del jugador y sexo como lo muestra en el gráfico a continuación:

Gráfico 1: Género de videojuego por edad y sexo en Canadá

GRUPO EDADES/GÉNERO	TIPO DE JUEGO	GRUPO EDADES/GÉNERO	TIPO DE JUEGO
6-12 AÑOS		13-17 años	
MUJER	48% juegos puzzle	MUJER	42% juegos puzzle
	34% juegos online para niños (role playing)		29% acción/aventura
	30% juegos familiares (family oriented)		28% juegos sociales
HOMBRE	45% acción/aventura	HOMBRE	48% juegos de disparos (shooting)
	30% deportes		44% acción/aventura
	30% carreras/vuelos		30% pelea
Milennials (18-34 años)		Gen X (35-54 años)	
MUJER	49% juegos puzzle	MUJER	64% juegos puzzle
	36% juegos de estrategia		29% juegos de cartas
	33% acción/aventura		20% juegos de estrategia
HOMBRE	47% acción/aventura	HOMBRE	36% acción/aventura
	46% juegos de disparos (shooting)		30% deportes
	37% juegos de estrategia		28% juegos de disparos (shooting)
Boomer (55-64)			
MUJER	73% juegos puzzle		
	44% juegos de carta		
	16% juegos de casino		
HOMBRE	36% juegos puzzle		
	30% deportes		
	28% juegos de disparos (shooting)		

Fuente: ESAC, 2016

Elaborado por: Océ Canadá

Nota: Puzzle es un género de videojuego en el cual se busca probar el ingenio e imaginación de los jugadores para resolver los retos que se le presentan

Oportunidades y retos para la industria ecuatoriana

No se puede negar que la industria de videojuegos está creciendo rápidamente y las nuevas tecnologías como la realidad virtual, o realidad aumentada permiten, cada vez más, que los videojuegos se utilicen para fines más allá del “juego”, tales como educación y entrenamiento. Canadá es un país productor y consumidor de videojuegos, por lo que presenta interesantes oportunidades para la subcontratación de servicios, como se mencionó anteriormente; pero por sobre todo para la venta de videojuegos debido al gran consumo que tiene. Por este motivo, países latinoamericanos como Brasil, Chile, Colombia y Costa Rica han iniciado la carrera para posicionarse en el imaginario del desarrollador, Publisher y por supuesto del “gamer”. El Ecuador tiene aún una industria muy incipiente, pero hay talento y creatividad que son herramientas muy importantes para competir en esta industria.

El reto más fuerte de la industria ecuatoriana es mostrar su talento. Para esto, es importante que los diferentes actores privados se organicen, agrupen y trabajen de la mano con el sector público y la academia para ir consolidando poco a poco una industria de videojuegos fuerte. La unión hace la fuerza, dice el refrán.

Durante los dos días de conferencia del MIGS 2017 hubo dos frases que se repetían constantemente como las claves de la industria de videojuegos canadiense. La primera: pensar fuera del cuadrado (thinking out of the box) acompañado de un buen modelo de negocio y, la segunda: paciencia y más paciencia. Estas frases demuestran el gran reto de todos quienes están inmersos en esta industria, pero a la vez enseñan que nada se logra con un chasqueo de dedos. La prospección fue positiva ya que sirvió para identificar publishers y desarrolladores que están interesados en el mercado latinoamericano y abierto a las propuestas del Ecuador.

Fuentes:

ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION OF CANADA, Essential Facts 2016. Archivo pdf.

ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION OF CANADA, The Canadian Videogame Industry, 2016. Revisado en: http://theesa.ca/wp-content/uploads/2017/10/ESAC2017_Booklet_13_Digital.pdf

MORA, Erick (2014) Análisis de la industria de la animación y videojuegos en Canadá. PROCOMER. Revisado en: <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Mercado%20de%20animacion%20y%20videojuegos%20en%20Canada.pdf>

Prospección a feria MIGS 2017, Montreal-Canadá del 11 al 13 de diciembre.