

Videojuegos en Brasil

Julio 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Brasil - ProChile

INDICE

Introducción	3
Sector Servicios	3
Infraestructura y telecomunicaciones disponibles	8
Industria Videojuegos.....	10
Perfil del Consumidor	18
Oportunidades	22
Fuentes de Información	23

Introducción

Según la **nomenclatura brasileña de servicios, intangibles y otras operaciones que produzcan variaciones en el patrimonio – NBS–** los **Servicios de en la industria de los videojuegos** se encuentran dentro del **capítulo 15 – Servicios de Tecnologías de Información**. Las informaciones al respecto se encuentran disponibles mediante la **Figura I**.

1.1502	Serviços de projeto e desenvolvimento de aplicativos e programas em tecnologia da informação (TI)
1.1502.10.00	Serviços de projeto, desenvolvimento e instalação de aplicativos e programas não personalizados (não customizados)
1.1502.20.00	Serviços de projeto e desenvolvimento, adaptação e instalação de aplicativos personalizados (customizados)
1.1502.30.00	Serviços de projeto e desenvolvimento de estruturas e conteúdo de páginas eletrônicas
1.1502.40.00	Serviços de projeto e desenvolvimento de estruturas e conteúdo de bancos de dados
1.1502.50.00	Serviços de integração de sistemas em tecnologia da informação (TI)
1.1502.90.00	Outros serviços de projeto e desenvolvimento de aplicativos

El crecimiento constante (**26,7%** el año 2012) presentado por Brasil en el mercado de **software y servicios**, le ha permitido al país posicionarse desde finales del año 2011 en el séptimo lugar de la industria mundial de **Tecnologías de Información – TI** – y en décimo lugar con respecto al mercado de software y servicios, según datos de la **Asociación Brasileña de Empresas de Software – ABES**¹. El mercado brasileño de software y servicios está compuesto por cerca de **10.300 empresas**, las cuales se dedican al desarrollo, producción y distribución de software y prestación de servicios. Específicamente para el segmento de desarrollo y producción de software, el **93%** de la empresas corresponden a **pequeñas y micro empresas** (Ingreso Operacional Bruto Anual: USD 1,2 millones - USD 8 millones y Menor que USD 1,2 millones respectivamente). Actualmente el mercado de software y servicios presenta un **PIB de USD 24,43 mil millones** y se estima una expansión de **20%** para el año 2013, además se espera que hasta el final de esta década esta cifra aumente a **USD 60 mil millones**, pasando a la séptima posición del ranking mundial.

Específicamente para el mercado de desarrollo de software de videojuegos, Brasil es una referencia a nivel mundial, conseguida a través de la combinación de creatividad y competencia técnica presentada por los profesionales brasileños del sector, sumada la pasión por los videojuegos que se vive a nivel local. De acuerdo con

¹ <http://www.abessoftware.com.br/>

una investigación de **NewZoo**², Brasil presenta **35 millones de jugadores activos** y su mercado presentó un flujo de **USD 2 mil millones** durante el año 2011. Además, Brasil presenta **3,1 millones** plataformas de videojuegos de última generación (**Xbox 360, Playstation 3 y Wii**), sin embargo **Playstation 2** aún es el líder del mercado, lanzado hace 12 años. Con respecto a las características del consumidor brasileño, según el **Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística – IBOPE** – las principales plataformas utilizadas en el mercado son las **Consolas, Computadores o Notebook y Smartphone o Tablet**, con participaciones de mercado equivalentes a **67%, 42% y 17%** respectivamente. Por otro lado, el **53%** del público objetivo está compuesto por jugadores del **sexo masculino** y **47%** por jugadores del **sexo femenino**. Además, los géneros preferidos por la población son **Acción y Aventura, Fútbol y Carreras**, con participaciones de mercado equivalentes a **30%, 23% y 10%** respectivamente. Finalmente las estadísticas mencionan que el año 2012 el país presentó un volumen de juegos equivalente a **578,1 millones** para las principales plataformas disponibles en el mercado (**PS3, Xbox 360 y Wii**).

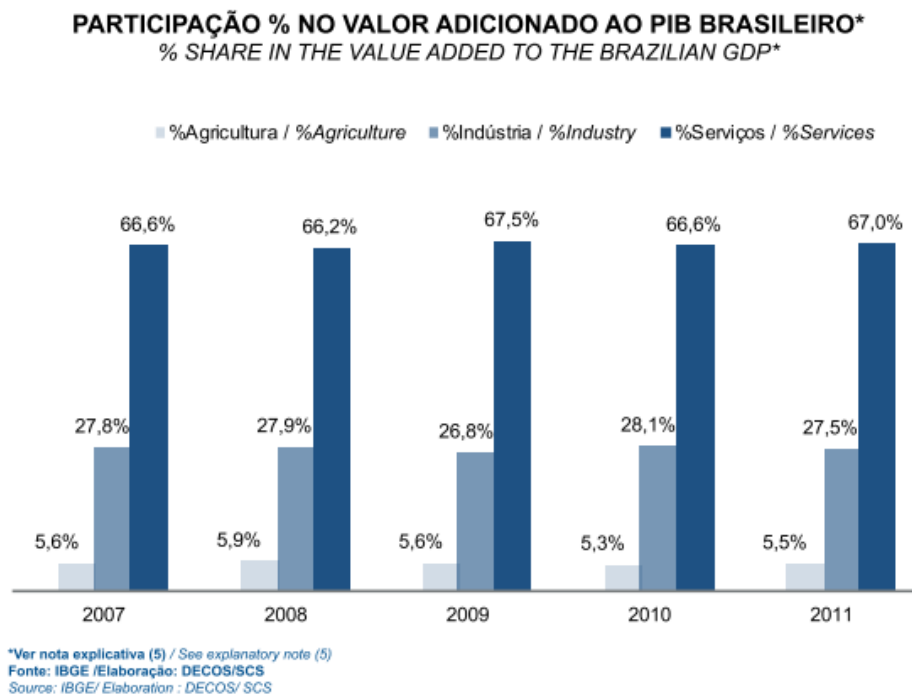
² <http://www.newzoo.com/>

Sector Servicios

En el siguiente texto, cabe destacar que debido a la escasez de información del mercado de servicios, se utilizaran diferentes fuentes y periodos de tiempo, sujetas a la disponibilidad, para inferir sobre las oportunidades de negocios de la oferta exportable chilena y avalar la situación actual de la industria en Brasil.

Las últimas estadísticas públicas disponibles, indican que el sector de servicios en el mercado brasileño, representó alrededor del **67,0%** del **Producto Interno Bruto – PIB** (año **2011**), figurando como el sector económico de mayor relevancia para el mercado doméstico. Los datos que respaldan el escenario económico descrito anteriormente se encuentran disponibles en la **Figura I**.

Figura I.



En este mismo sentido, los subsectores que presentaron mayores ingresos dentro de la industria de servicios el año **2011** en Brasil son los **Servicios Empresariales, Profesionales y Técnicos¹, Viajes Internacionales² y Transportes³** con una participación de mercado equivalente a **47,6%, 17,6% y 15,1%** respectivamente.

Además, en términos de oferta de laboral, la industria de servicios el año **2010** (estadísticas disponibles) contribuyó con un número de empleos formales equivalente a **34.5 millones**, según la **Relación Anual de**

Informaciones Sociales – RAIS³ – desarrollada por el por el **Ministerio de Trabajo y Empleo⁴**, cifra que representó un **32,6%** de la oferta laboral total del país.

Con respecto al ámbito de comercio internacional de servicios, Brasil ha presentado históricamente déficits crecientes en su balanza de pagos referentes a la cuenta de servicios. Sin embargo, las importaciones y exportaciones han presentado tasas positivas de crecimiento en los últimos años, dado al especial interés presentado por parte del Gobierno y diversos inversionistas locales y extranjeros con respecto a este particular sector económico. Lo anterior se ve reflejado a través del protagonismo de la industria con respecto a las **Inversiones Extranjeras Directas – IED** – que en el año **2009** (estadísticas disponibles) sumaron cerca de **USD 14,1 mil millones**, que correspondieron a **44,9%** del total de IED del país en dicho año. El Gobierno por su parte, ha fomentado la industria a través de diversos mecanismos e instrumentos elaborados específicamente para mejorar los estándares del sector. De este modo, el año 2005 fue creada la **Secretaría de Comercio y Servicios – SCS** – vinculada al **Ministerio del Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – MDIC⁵**. Este órgano presenta como competencias la formulación, coordinación, implementación y evaluación de las políticas públicas de los programas y acciones para el desarrollo de los sectores de comercio y servicios en el país y exterior; la formulación, coordinación, implementación y divulgación de sistemas de recopilación de informaciones referentes a los sectores; y la supervisión de los registros de comercio y actividades derivadas, en todo territorio nacional. La evolución del mercado de servicios en el ámbito internacional en Brasil está representada mediante el **Gráfico I**.



Fuente: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – UNCTAD.

³ <http://www.rais.gov.br/>

⁴ <http://portal.mte.gov.br/portal-mte/>

⁵ <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/>

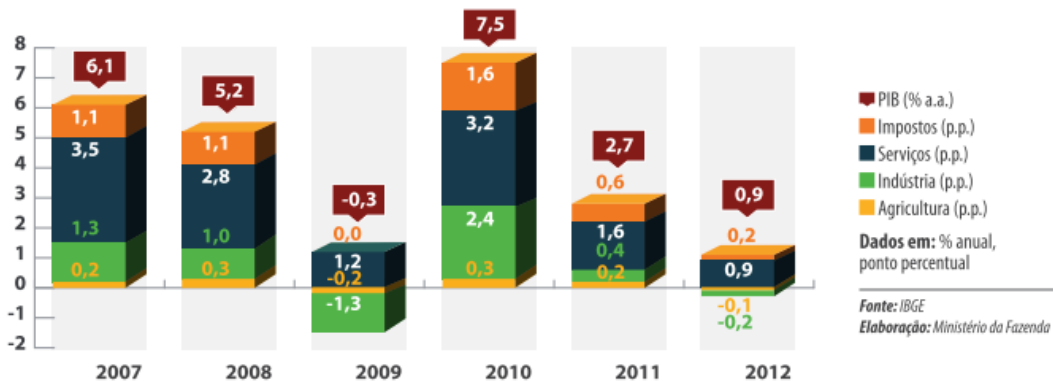
A pesar de la acentuada evolución que la industria ha presentado en los últimos años, diferentemente del comercio exterior de bienes y mercaderías, el sector de servicios se caracteriza por la ausencia de informaciones detalladas, lo que perjudica la visibilidad económica de la industria, la elaboración de políticas públicas efectivas y las negociaciones internacionales de servicios.

El mercado de servicios aún se encuentra en proceso de desarrollo en términos de comercio exterior, no obstante el año 2011 correspondió a 12,5% de las exportaciones totales del país y 24,4% de las importaciones totales del país según el Banco Central de Brasil⁶. Además, Brasil se encuentra entre los principales países importadores y exportadores de servicios del mundo, posicionándose el año 2011 en el ranking N°17 y N°31 respectivamente y presentando una participación de mercado equivalente a 2,0% y 0,9% respectivamente según datos de la Organización Mundial del Comercio⁷.

El mercado de servicios se ha destacado como un conductor del crecimiento del Producto Interno Bruto – PIB – en los últimos años, posicionándose como una herramienta fundamental del crecimiento económico del país desde la perspectiva de la oferta de mercado. A través de la Figura I es posible apreciar la composición de la economía brasileña en términos de la oferta.

Figura I.

Resumo do crescimento econômico brasileiro pela ótica da oferta



Como fue mencionado previamente, el flujo internacional del mercado de servicios en Brasil ha crecido rotundamente en los últimos años, implicando un crecimiento durante el periodo 2008/2012 para las exportaciones e importaciones equivalentes a 57,3% y 87,7% respectivamente. Las estadísticas al respecto se encuentran disponibles mediante la Tabla I.

⁶ <http://www.bcb.gov.br/pt-br/paginas/default.aspx>

⁷ <http://www.wto.org/indexsp.htm>

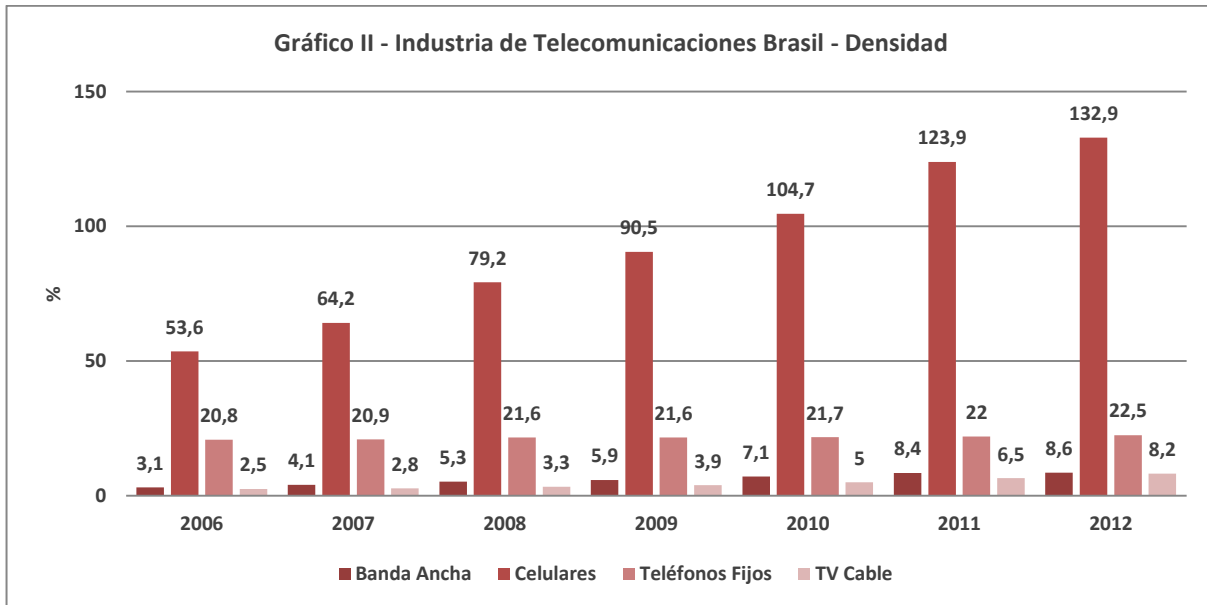
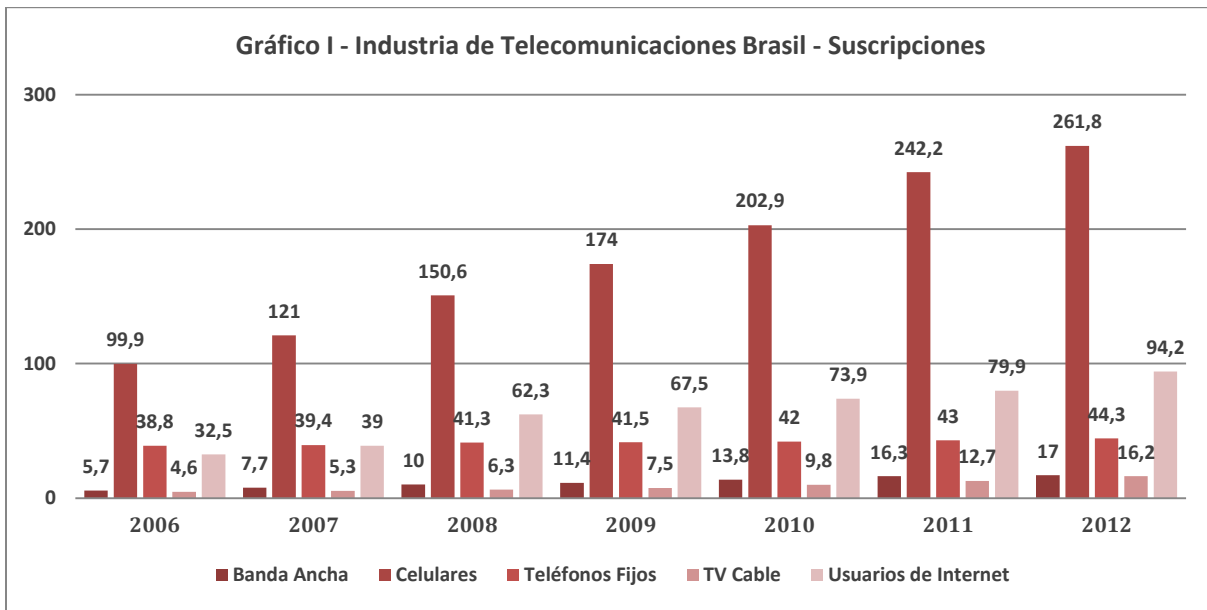
Tabla I - Crecimiento del Mercado Internacional de Servicios - Brasil		
Año	Exportaciones	Importaciones
2008	27,12%	26,81%
2009	-8,94%	-0,35%
2010	14,76%	33,25%
2011	20,07%	21,68%
2012	4,33%	6,30%
Total	57,34%	87,69%

Fuente: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – UNCTAD

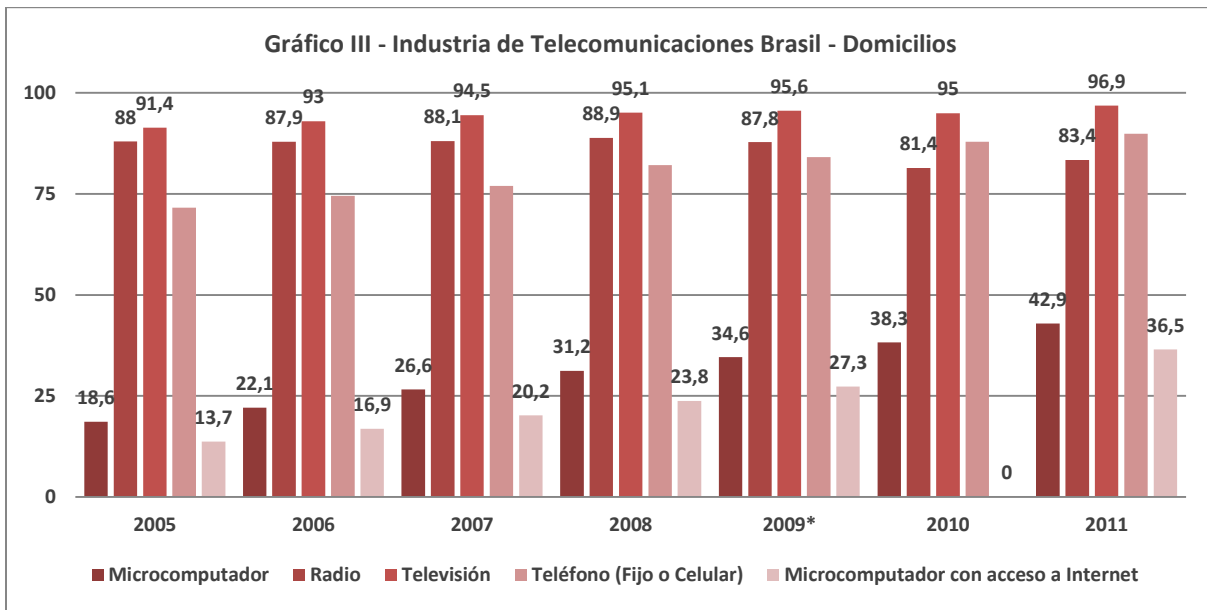
Infraestructura y telecomunicaciones disponibles.

Durante el primer trimestre del año **2013**, los servicios de la industria de telecomunicaciones en Brasil fueron proporcionados para **350,1 millones** de suscriptores, lo que indica un aumento de **6,3%** con respecto al mismo periodo para el año 2012 (según estadísticas de la consultoría **TELECO**⁸). Esta cifra está compuesta por los mercados de **Servicio Telefónico Fijo Conmutado**, **Servicio de Comunicaciones Móviles**, **Servicio de TV Cable**, **Servicio de Acceso Fijo a Internet Banda Ancha** y **Servicio Móvil Especializado (Trunking)**, los cuales presentan una cantidad de suscriptores equivalente a **44.4**, **164.1**, **16.8**, **21.0** y **3.8 millones** respectivamente y un crecimiento con respecto al mismo periodo para el año **2012** de **2.6%**, **5.3%**, **22.9%**, **21.7%** y **-10.0%** respectivamente. Mediante los **Gráficos I, II y III** se ilustra gráficamente la situación actual de la industria de telecomunicaciones de Brasil en los ámbitos de las **suscripciones**, **densidad** y **domicilios** de los servicios adquiridos.

⁸ <http://www.teleco.com.br/>



Fuente: Consultoría Teleco.



Fuente: Consultoría Teleco.

Industria Videojuegos

El crecimiento constante (según la empresa de investigación de mercado **International Data Corporation – IDC⁹** – **26,7%** el año **2012**) presentado por Brasil en el mercado de **software y servicios**, le ha permitido al país posicionarse desde finales del año 2011 en el **séptimo lugar** de la industria mundial de **Tecnologías de Información – TI** – y en **décimo lugar** con respecto al mercado de software y servicios. Según datos de la **Asociación Brasileña de Empresas de Software – ABES¹⁰**, el mercado brasileño de software y servicios está compuesto por cerca de **10.300 empresas** (estadísticas del año 2011), las cuales se dedican al desarrollo, producción y distribución de software y prestación de servicios. Específicamente para el segmento de desarrollo y producción de software, el **93,0%** de la empresas están catalogadas como **pequeñas y micro** (Ingreso Operacional Bruto Anual: USD 1,2 millones - USD 8 millones y Menor que USD 1,2 millones respectivamente). Actualmente el mercado de software y servicios esta evaluado en **USD 24,43 mil millones** (estadísticas del año **2012**) y se estima una expansión de **20,0%** para el año **2013**, además se espera que hasta el final de la década esta cifra aumente a **USD 60 mil millones**, pasando a la **séptima posición** del ranking mundial.

Específicamente para el mercado de desarrollo de software de videojuegos, Brasil es una referencia a nivel mundial, conseguida a través de la combinación de creatividad y competencia técnica presentada por los profesionales brasileños del sector, sumada la pasión por los videojuegos que se vive a nivel local. De acuerdo con

⁹ <http://www.idclatin.com/>

¹⁰ <http://www.abessoftware.com.br>

una investigación de realizada por **NewZoo**¹¹, el mercado brasileño de videojuegos presentó un flujo de **USD 2 mil millones** durante el año **2011** y está compuesto por un volumen de **35 millones de jugadores activos**, ubicándose en **cuarto lugar** a nivel mundial después de **EE.UU (145 millones)**, **Rusia (38 millones)** y **Alemania (36 millones)**. Además, según la empresa de servicios profesionales **PricewaterhouseCoopers – PwC**¹² – se estima que el mercado brasileño de videojuegos presentará un crecimiento promedio de **14,4% anual** durante el periodo **2013/2017**, significativamente superior al promedio mundial, el cual se estima será de **6,5% anual**.

Uno de los factores críticos que ha permitido el fuerte y sostenido crecimiento de la industria de videojuegos a nivel mundial ha sido el reciente modelo de negocios adoptado por el mercado, **Free-to-Play (F2P)**. Esta categoría de videojuegos ofrecida para diversas plataformas permite a los jugadores la opción de descargar y jugar sin costo, sin embargo, para funciones especiales, son cobradas tasas adicionales. Específicamente para Brasil, el crecimiento presentado el año **2012** fue favorable en términos de **jugadores, tiempo, pagadores y recursos monetarios**, con tasas anuales equivalentes a **15,0%, 14,0%, 32,0% y 32,0%** respectivamente. Las estadísticas al respecto se encuentran disponibles en la **Figura I**.

Figura I.



Fuente: NewZoo.

Al contrario de los países que presentan una industria de videojuegos desarrollada, en Brasil los puntos de comercialización aún no son los retails especializados. Actualmente, solamente existe un gran establecimiento de este tipo en el país, **UZ Games**¹³, con un total de **52 tiendas**. Según el **International Data Group – IDG**¹⁴ – la empresa que presenta mayores ventas de videojuegos es la **Librería Saraiva**¹⁵ con una participación de mercado

¹¹ <http://www.newzoo.com>

¹² <http://www.pwc.com.br>

¹³ <http://www.uzgames.com>

¹⁴ <http://www.idg.com>

¹⁵ <http://www.livrariasaraiva.com.br>

de **20,0%**. Si a las dos empresas mencionadas anteriormente se le agregan las **Lojas Americanas**¹⁶ y **B2W**¹⁷ suman un **43,0%** del total de mercado. Además, la misma consultora estima que actualmente existen más de **3,5 mil tiendas que trabajan con videojuegos a nivel local**.

El año **2011** Brasil se consolidó como uno de los mayores utilizadores de redes sociales del mundo. Según la **Asociación Brasileña de Empresas de Tecnología de Información – BRASSCOM**¹⁸ – el país ocupa el **segundo lugar** a nivel global en accesos a **Facebook**, con **49,9 millones de usuarios** en **Mayo/2012**. Además, se posiciona en **cuarto lugar** en accesos a **Google+**, con **4,19 millones de usuarios únicos** en **Diciembre/2011**.

Con respecto a las características del consumidor brasileño, según el **Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística – IBOPE** – las principales plataformas utilizadas en el mercado son las **Consolas, Computadores y Dispositivos Móviles** (estadísticas del año **2012**), con participaciones de mercado equivalentes a **67,0%, 42,0% y 17,0%** respectivamente. A continuación analizaremos la situación actual de cada una de las plataformas anteriormente mencionadas en el mercado brasileño.

Mercado de Consolas

Las utilidades referentes a la industria brasileña de juegos y consolas alcanzaron el valor de **USD 825 millones** el año **2012**, presentado un crecimiento con respecto al año anterior de **60,0%**. Específicamente para el sector de juegos, las **utilidades, tasa de crecimiento y unidades vendidas** durante el mismo año correspondieron a **USD 325 millones, 72,0% y 6,1 millones** respectivamente. Con respecto al sector de consolas, las cifras equivalentes registraron un valor de **USD 500 millones, 54,0% y 1,1 millón** respectivamente, según una investigación realizada por la **Consultora GFK**¹⁹. Este avance ocurre a pesar de los altos precios promedios ofrecidos al consumidor local, correspondientes a **USD 51 y USD 458** para las **consolas y juegos** respectivamente.

Hasta el año **2012** Brasil presentó una base de **3,1 millones de consolas y 578,1 millones de juegos** de última generación según un estudio en conjunto realizado por el **Instituto Brasileño de Opinión Pública – IBOPE**, la **Consultora GFK** y la **Asociación Comercial, Industrial y Cultural de Videojuegos – ACIGAMES**²⁰. Esta base está compuesta por las plataformas **Xbox 360/Microsoft** (producción local), **Playstation 3/Sony** (producción local) y **Wii/Nintendo**. Sin embargo la consola que aún lidera el mercado es la antigua **Playstation 2**, lanzada hace 12 años atrás.

¹⁶ <http://www.americanas.com.br>

¹⁷ <http://www.b2winc.com>

¹⁸ <http://www.brasscom.org.br/brasscom/Portugues/>

¹⁹ <http://www.gfk.com/br/>

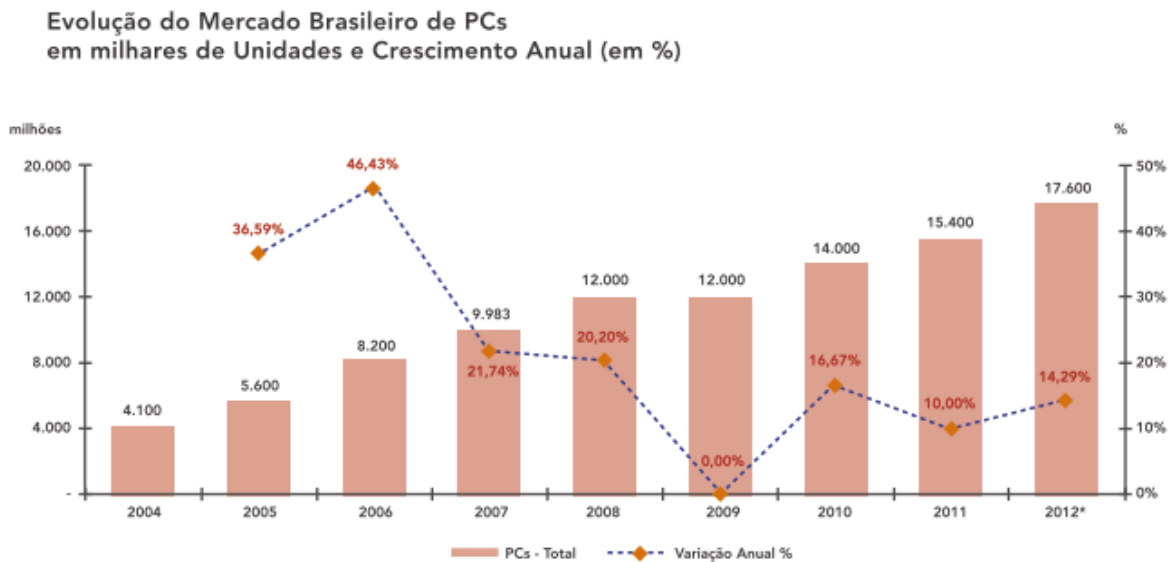
²⁰ <http://www.acigames.com.br>

Las próximas plataformas que se encuentran programadas para ser lanzadas en el mercado local son el **Xbox One**, **Playstation 4** y **Wii U**, con fecha estimada a **finales del año 2013**. Solamente para el Xbox One se encuentra confirmado el precio de comercialización en el mercado local, el cual será equivalente a **USD 1,099 (más caro del mundo)**.

Mercado de Computadoras: Desktop, Notebook y Netbook

Actualmente, Brasil es el **tercer mayor mercado** de computadoras del mundo, posicionándose luego de **EE.UU** y **China**. Las últimas estadísticas públicas disponibles revelan que el año **2011** el país comercializó la cifra de **15,4 millones de unidades**, lo que se vio reflejado en un crecimiento de **10,0%** con respecto al año anterior. Por otro lado, las proyecciones infieren que el año **2012** Brasil presentó un volumen de comercio equivalente a **17,6 millones de unidades** y un crecimiento de **14,3%** con respecto al año 2011. Las estadísticas al respecto se encuentran disponibles en la **Figura II**.

Figura II.



Fonte: IDC / Abinne
 Nota: 2012*: Projeção
 Elaboração: RCR Consultoria

Con respecto al comportamiento de compra del consumidor local, de acuerdo con una investigación de mercado realizada por la empresa **CVA Solutions**²¹ las principales marcas comercializadas de **Desktop** en el país son

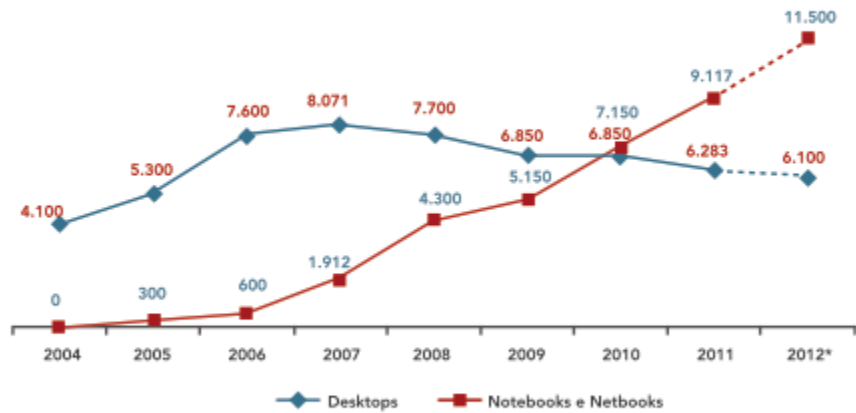
²¹ <http://www.cvasolutions.com>

Positivo²² (fabricante local), **Samsung**²³ y **LG**²⁴, con participaciones de mercado equivalentes a **12,1%**, **9,5%** y **8,2%** respectivamente. De la misma manera, las estadísticas referentes a los **Notebooks** colocan en destaque las marcas **Dell**²⁵, **HP**²⁶ y **Acer**²⁷, con cuotas de mercado equivalentes a **17,2%**, **13,7%** y **12,3%** respectivamente.

La distribución de la oferta de computadores en Brasil ha sufrido cambios estructurales en los últimos años dada la tendencia mundial de movilidad tecnológica. Específicamente durante el año 2010, la oferta de Notebooks y Netbooks finalmente consiguió ultrapasar la oferta de Desktops, producto que históricamente fue líder en el mercado de computadores a nivel global. Las estadísticas al respecto se encuentran disponibles en la **Figura III**.

Figura III.

Evolução do Mercado Brasileiro de PCs (Desktops / Notebooks e Netbooks) em milhares de Unidades



Fonte: IDC / Abinne
 Nota: 2012*: Projeção
 Elaboração: RCR Consultoria

Mercado de Dispositivos Móviles: Tablets, Smartphones

Desde su ingreso al país el año 2010, el mercado de los tablets ha presentado un continuo y expresivo crecimiento. Ese año fueron vendidas 100 mil unidades, de las cuales 64 mil fueron adquiridas mediante el Retail local y las restantes 36 mil unidades a través del mercado externo o negro. El año **2012** se estima que fueron

²² <http://www.positivoinformatica.com.br>

²³ <http://www.samsung.com/br/>

²⁴ <http://www.lge.com/br/>

²⁵ <http://www.dell.com.br>

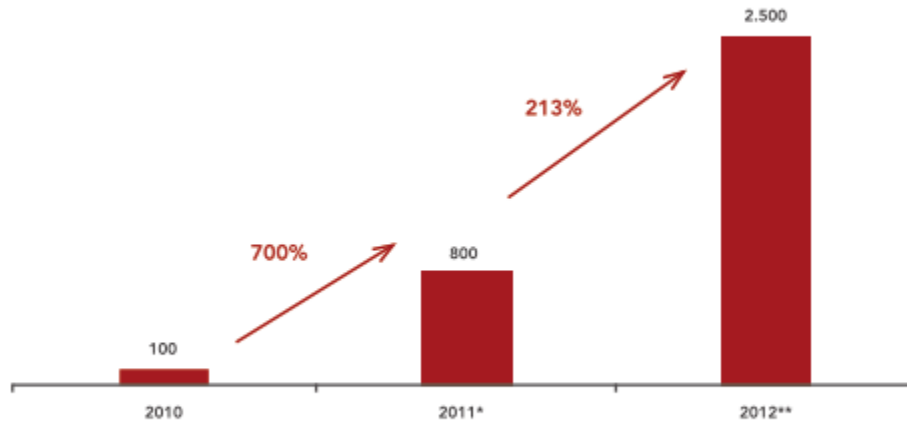
²⁶ <http://www8.hp.com/br/pt/>

²⁷ <http://br.acer.com>

comercializadas **2,5 millones de unidades**, lo cual representa un crecimiento de **213,0%** con respecto al año anterior. A nivel global, según la consultoría americana **Gartner**²⁸, se estima para el año **2013** un aumento de **69,8%** de las ventas totales de tablets y una reducción de **7,6%** en la demanda de notebooks y desktops, anticipando la inevitable ascensión de esta plataforma, que se espera durante el año 2017 se posicione como el principal equipamiento de informática, bajo el supuesto de que se continúe perfeccionando la tecnología del producto. Con respecto al tiempo promedio diario de utilización de tablets por la sociedad brasileña, según el **Instituto Brasileño de Opinión Pública – IBOPE** – es de **79 minutos**. Las estadísticas al respecto se encuentran disponibles en la **Figura IV**.

Figura IV.

**Evolução do Mercado Brasileiro de Tablets
(em Mil Unidades)**



Fonte: IDC / Gartner
 Nota: 2012*: Projeção
 Elaboração: RCR Consultoria

Las ventas de smartphones en Brasil durante el año **2012** registraron un volumen de **16 millones de unidades** (los principales fabricantes fueron **Samsung, LG y Apple**²⁹ con participaciones de mercado de **42,0%, 13,0%** y **9,0%** respectivamente), permitiendo que durante el año **2013** el país ascienda al **quinto lugar** en la tabla de los principales mercados mundiales de teléfonos inteligentes, posicionándose luego de **China, EE.UU, Reino Unido y Japón** respectivamente. Un factor clave del sustancial crecimiento presentado por el mercado (**78,0%** el año **2012**) es la deflación de los precios del bien (en **2012** el precio promedio fue de **USD 190**), derivado por el **Programa de Inclusión Digital (Ley Nº 11.196, de 21 de Noviembre de 2005**³⁰) promovido por el Gobierno, el cual reduce los tributos referentes al **Programa de Integración Social – PIS, Programa de Formación de Patrimonio de Servidor Público – PASEP y Contribución para el Financiamiento de la Seguridad Social – CONFINS** a **0,0%**. En este sentido, se estima que para el año **2013**, las ventas de smartphones presenten una cuota de mercado equivalente a **44,0%**.

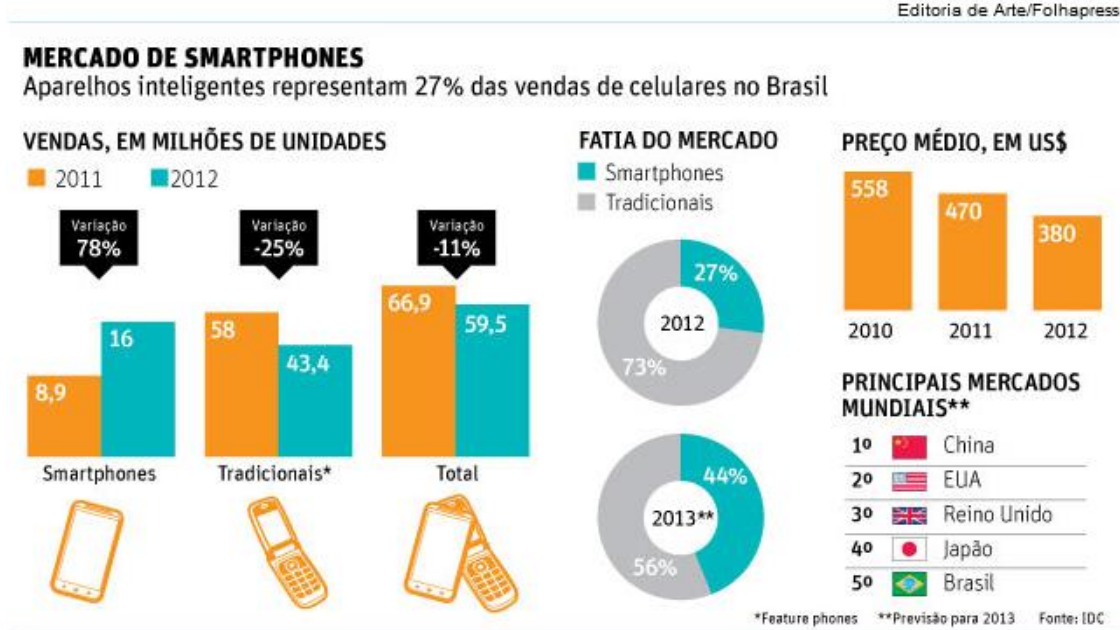
²⁸ <http://www.gartner.com>

²⁹ <http://www.apple.com/br/>

³⁰ https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11196.htm

Con respecto al tiempo promedio diario de utilización de los smartphones por la sociedad brasileña, según el Instituto Brasileño de Opinión Pública – IBOPE – es de **84 minutos**. Las informaciones al respecto estan disponibles en la **Figura V**.

Figura V.



Brasil figura entre los principales mercados de juegos para dispositivos móviles, siendo solamente superado por **EE.UU.** Durante el año **2012** el país presentó un total de **27 millones de jugadores activos** para este segmento, de los cuales **37,0% son pagadores**. Las informaciones al respecto se encuentran disponibles en la **Figura VI**.

MOBILE (PAYING) GAMERS PER COUNTRY

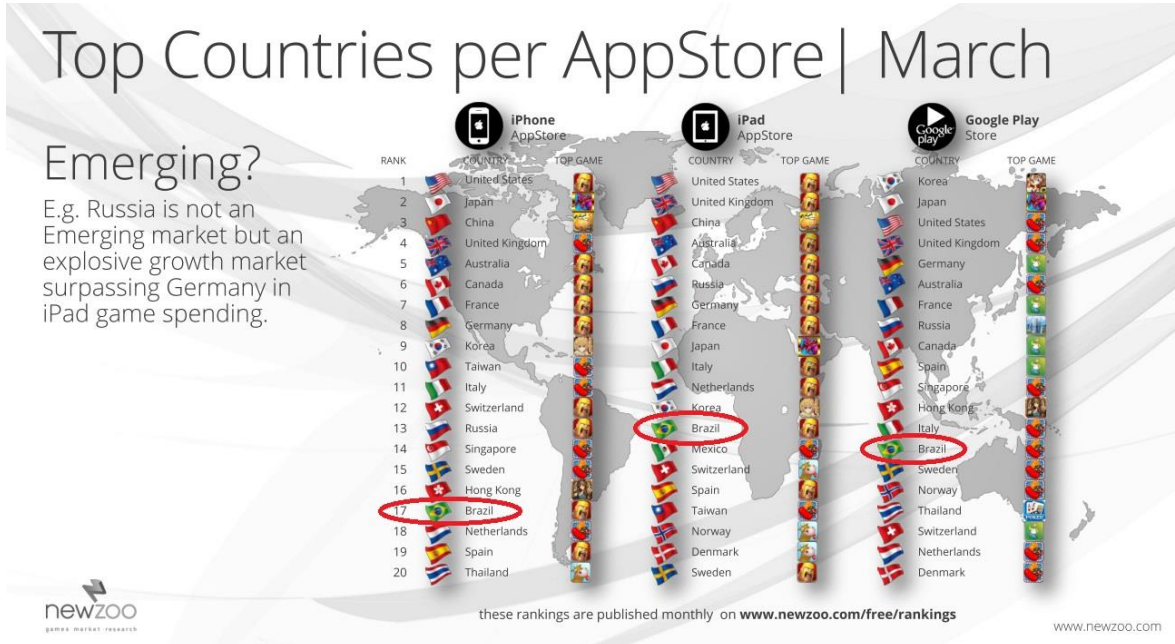
SHARE OF ALL (PAYING) GAMERS, AGE 10 TO 50 (2012)



Figura VI.

Además, el mercado brasileño también figura entre los principales países consumidores de las tiendas virtuales, posicionándose en **Mayo/2013** en **17º**, **13º** y **14º** lugar de las tiendas **iPhone – App Store**, **IPad – App Store** y **Google Play Store** respectivamente. Las informaciones al respecto se encuentran disponible en la **Figura VII**.

Figura VII.

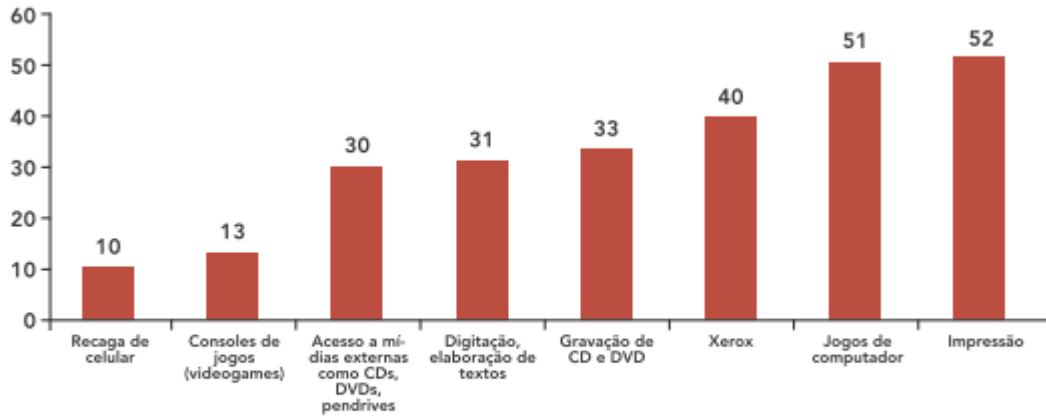


Mercado de Cyber Cafés

Durante el primer trimestre del año **2012** el volumen total de individuos con acceso a internet en Brasil (hogar, trabajo, escuelas, cyber cafés, entre otros) alcanzó la cifra de **82,4 millones de habitantes**, presentando un crecimiento de **3,0%** con relación al cuarto trimestre del año 2011. Por otro lado, los principales puntos de acceso a internet identificados durante el último trimestre del año **2010** fueron el **hogar**, el **trabajo** y los **centros públicos de acceso pago** (cyber cafés) con participaciones equivalentes a **55,6%**, **31,3%** y **28,0%** respectivamente. A pesar que en los últimos años el protagonismo de los cyber cafés ha disminuido (en 2007 presentó una participación equivalente a 49,0%), dado el mayor acceso del consumidor de baja renta a la compra de computadores, aún es un canal importante a ser considerado. Este cambio estructural de mercado llevó a los cyber cafés adoptar una estrategia de diversificación, ofreciendo una mayor variedad de servicios (su principal segmento era el de los videojuegos), como impresión de documentos, digitalización de currículos y trabajos escolares, grabación de CD's y DVD's, entre otros. El año **2010** los servicios más utilizados en este medio fueron las **impresiones**, **juegos de computador** y **fotocopias**, con participaciones equivalentes a **52,0%**, **51,0%** y **40,0%** (porcentuales no acumulativos) respectivamente. Las informaciones al respecto se encuentran disponibles en la **Figura VIII**.

Figura VIII.

Serviços Mais Utilizados nos Centros Públicos de Acesso Pago - 2010 (em%)



Fonte: NIC.BR

Nota 1: Centros Públicos de Acesso Pago: Lan House e Cyber Café

Nota 2: Base 2010 (Setembro a Novembro): 2.425 entrevistados que usaram a Internet nos últimos três meses

Nota 3: Percentuais não cumulativos.

Elaboração: RCR Consultoria

Perfil de Consumidor.

El consumidor brasileño está compuesto, según el **Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística – IBOPE**, por un **68,5%** de jugadores del género **masculino** y un **31,5%** jugadores del género **femenino**. Además, el **rango etario** de los principales consumidores se ubica entre los **12 – 19 años** con una participación de **39,4%**. Finalmente, se percibe que los principales **segmentos socioeconómicos** corresponden a las **Clases AB y C** con una participación equivalente a **49,8%** y **45,2%** respectivamente. Las informaciones al respecto se encuentran disponibles en la **Tabla I**.

Es importante mencionar, que la mayor proporción de jugadores del país se encuentra localizada en la ciudad de **São Paulo**, con una participación de **27%**. Además, existe una tendencia equivalente a **48%**, que los jugadores mantienen un **grado de fidelidad con respecto a una única marca de consolas**.

Tabla I - Perfil del Consumidor Brasileño - 2012		
VARIABLES DE SEGMENTACIÓN OBJETIVAS	POBLACIÓN BRASIL	POSEEN E JUEGAN VIDEOJUEGOS
Masculino	47,60%	68,50%
Femenino	52,40%	31,50%
12 - 19 años	16,70%	39,40%
20 - 24 años	10,50%	15,00%
25 - 34 años	20,90%	24,40%
35 - 44 años	18,50%	13,10%
45 - 54 años	16,40%	5,60%
55 - 64 años	10,80%	2,00%
65 - 75 años	6,30%	0,40%
AB	38,70%	49,80%
C	48,80%	45,20%
DE	12,50%	4,90%

Fuente: Instituto Brasileño de Opinión Pública - IBOPE.

Con respecto a los hábitos de compra de los consumidores locales, existe una preferencia de un **82,2%** contra un **21,8%** a las **plataformas fijas** sobre las **portátiles**. Además, los **géneros** de juegos más demandados en el mercado corresponden a los de **Acción**, **Deportes** y **Aventuras**, con participaciones de **66,4%**, **64,8%** y **59,9%** respectivamente. Las informaciones al respecto se encuentran disponibles en la **Tabla II**.

Tabla II - Comportamiento de Compra del Consumidor - 2012	
Plataforma/Juegos	%
Plataforma conectada a la TV	82,20%
Plataforma Portátil	21,80%
JUEGOS	
Acción	66,40%
Deportes	64,80%
Aventura	59,90%
Carreras (de autos, motos, etc.)	59,80%
Luchas	54,70%
Estrategia	36,40%
Juegos Infantiles	32,80%
Simulación (aviones, etc.)	27,00%
Educativos	14,10%
Juegos de Roles (RPG)/3D	13,30%
Juegos de Pinball y Arcade	12,00%
Juegos de Cartas/Póker	9,80%

Fuente: Instituto Brasileño de Opinión Pública - IBOPE.

En relación al grado de utilización de las plataformas, se destacan los **juegos online** por presentar el mayor volumen de horas gastas por el usuario. Por otro lado, el periodo de mayor preferencia por parte de consumidor para la jugar es durante las **12.00 y 18.00 horas**. En la **Tabla III** se encuentran disponibles las informaciones al respecto.

Tabla III - Tiempo Promedio Utilizado en Juegos - 2012	
Plataformas	Tiempo Promedio Jugado/día
Plataformas conectadas a la TV	4h33min
Internet - Juegos on-line	5h14min
Computador (no se consideran juegos on-line)	4h15min
Videojuegos portátiles	3h22min

Fuente: Instituto Brasileño de Opinión Pública - IBOPE.

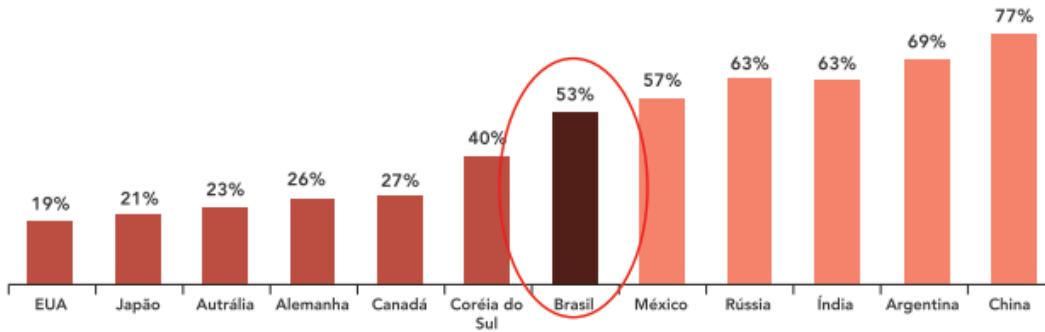
Como regla general, los consumidores brasileños están dispuestos a gastar lo que sea necesario para adquirir los accesorios y últimos lanzamientos del mercado, dado que estos bienes mejoraran la experiencia del jugador en todos los aspectos, independiente de los costos asociados.

Otros aspectos relevantes del mercado.

Dentro de los aspectos más relevantes para considerar previo al ingreso a la industria brasileña de videojuegos se encuentran las **altas tasas de piratería en software** y **barreras arancelarias**. Estadísticas del año **2011** sitúan a Brasil entre los países con mayores tasas de piratería del mundo, cifra que alcanza **53,0%**. Uno de los factores responsables por este desfavorable indicador es el alto costo de los juegos y consolas, según el **Instituto Brasileño de Investigación y Estadística – IBOPE**, un **57%** de la sociedad considera los juegos originales excesivamente caros. Esta percepción de es indiferente entre los segmentos socioeconómicos, puesto que para las **Clases A, B, C y D/E** la cifra equivalente corresponde a **57%, 59%, 57% y 49%** respectivamente. Por otro lado, los tributos requeridos para la comercialización de videojuegos están significativamente por sobre la media mundial, presentando la cifra de **72,0%**. Las informaciones al respecto se encuentran disponibles en las **Figuras IX y X**.

Figura IX.

Países com Taxa de Pirataria de Software em 2011

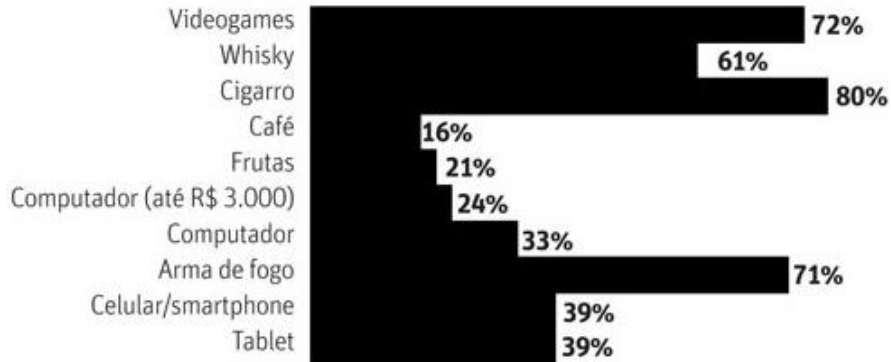


Fonte: 2011 - BSA Global Software Piracy Study
 Nota: Publicado em Maio de 2012
 Elaboração: RCR Consultoria

Figura X.

PREÇO X TRIBUTOS

Veja qual é a porcentagem de impostos embutidos nos valores dos produtos



Oportunidades

La **Oficina Comercial de Chile en São Paulo**³¹, recomienda que para instalarse en el mercado brasileño es necesario otorgarle la máxima atención posible al país, dado sus dimensiones continentales, que involucran significativas barreras de acceso, dada la volátil legislación.

Para el conocimiento del lector, la carga tributaria sobre la importación de servicios varía entre **41,1%** sobre el valor de la operación hasta **51,3%** en algunos casos, de acuerdo con la **Confederación Nacional de la Industria – CNI**³². Para modo de comparación, el valor medio de esta cifra para el caso de Chile es de **32,1%**. Las altas cargas tributarias que el país presenta, no son solo causa de los seis tributos que inciden sobre las operaciones, entre los cuales el más importante es el **Impuesto de Renta Retenido en la Fuente – IRRF**, sino que también el sistema de cálculo, con cobranzas cruzadas e interpretaciones divergentes de las normas. Este escenario impacta directamente en la competitividad del mercado, impidiendo el desarrollo de oportunidades de negocios, sobre todo para las empresas extranjeras.

Otro factor negativo para el ingreso al mercado de organizaciones extranjeras, es el actual sistema de recolección de informaciones al respecto del comercio internacional de servicios, **sistema integrado de comercio exterior de servicios, intangibles y otras operaciones que produzcan variaciones en el patrimonio – SISCOSEV**. Actualmente, representantes de la industria, del comercio y empresarios opinan que la iniciativa es útil, sin embargo se quejan del exceso de informaciones demandadas, de la falta de claridad del sistema y de las multas sobrevaloradas en caso de errores, lo que ha afectado negativamente las relaciones bilaterales del país en el ámbito de servicios. En este sentido, los organismos administradores del sistema, la **Receita Federal**³³ y el **Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior – MDIC** – están evaluando durante el mes de **Julio de 2013**, la posibilidad de reducir las multas en caso de errores de información y la simplificación sustancial de las exigencias de información demandadas por el sistema respectivamente.

Adicionalmente, para aquellas empresas que se encuentran en un periodo de introducción con respecto al ciclo de vida de su organización, **ProChile** actualmente presenta convenios con dos importantes incubadoras brasileñas, el **Centro de Innovación, Emprendimiento y Tecnología – CIETEC**³⁴ (**Universidad de São Paulo – USP**³⁵) y **Inova Unicamp**³⁶ (**Universidad Estadual de Campinas – UNICAMP**³⁷). Además, presenta convenio con la

³¹ <http://www.prochile.gob.cl/paises/brasil/>

³² <http://www.portaldaindustria.com.br/>

³³ <http://www.receita.fazenda.gov.br/>

³⁴ <http://www.cietec.org.br/>

³⁵ <http://www5.usp.br/>

³⁶ <http://www.inova.unicamp.br/>

³⁷ <http://www.unicamp.br/unicamp/>

Exposición y Conferencia de Innovación y Emprendimiento de Base Tecnológica – EXPOCIETEC³⁸ – la feria más importante del rubro en el país realizada en la ciudad de **São Paulo**. Finalmente, se recomienda para las organizaciones chilenas interesadas en el mercado local de videojuegos, asistir al evento **Brasil Game Show³⁹**, mayor feria de juegos electrónicos de América Latina a ser realizada el año **2013** durante los días **25 y 29 de Octubre** en la ciudad de **São Paulo**. Esta oportunidad de alcance global, es un punto de encuentro de los principales desarrolladores, productores y distribuidores de la industria.

Fuentes de información

- Gobierno de Brasil: <http://www.brasil.gov.br>
- Ministerio del Desarrollo, Industria y Comercio Exterior - MDIC: <http://www.mdic.gov.br>
- Ministerio de Comunicaciones: <http://www.mc.gov.br>
- Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación: <http://www.mct.gov.br>
- Ministerio de Cultura: <http://www2.cultura.gov.br>
- Ministerio de Hacienda: <http://www.fazenda.gov.br>
- Ministerio de Relaciones Exteriores - MRE: <http://www.itamaraty.gov.br>
- Secretaria da Receita Federal do Brasil: <http://www.receita.fazenda.gov.br>
- Instituto Brasileño de Geografía y Estadística - IBGE: <http://www.ibge.gov.br>
- Instituto Brasileño de Opinión Pública – IBOPE: <http://www.ibope.com.br>
- Banco Central de Brasil: <http://www.bcb.gov.br>
- World Bank: <http://www.worldbank.org/>
- Organización Mundial del Comercio/Base de Datos: <http://stat.wto.org>
- Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones - APEX: <http://www2.apexbrasil.com.br>
- Brazil Global Net: <http://www.brazilglobalnet.gov.br>
- Brazil Trade Guide: <http://www.tradingsdobrasil.com.br>
- Agencia Nacional de Telecomunicaciones - ANATEL: <http://www.anatel.gov.br>
- TELECO: <http://www.teleco.com.br/>
- Asociación Brasileña de Telecomunicaciones: <http://www.telebrasil.org.br>
- Asociación Brasileña de la Industria Eléctrica e Electrónica - ABINEE: <http://www.abinee.org.br/>
- Asociación Comercial, Industrial y Cultural de Videojuegos - ACIGAMES: <http://www.acigames.com.br>
- Asociación Brasileña de los Desarrolladores de Juegos Digitales - ABRAGAMES: <http://www.abragames.org>
- Asociación para la Promoción de la Excelencia del Software Brasileño - SOFTEX: <http://www.softex.br>
- Asociación Brasileña de las Empresas de Software - ABES: <http://www.abessoftware.com.br>

³⁸ <http://www.expocietec.com.br/>

³⁹ <http://www.brasilgameshow.com.br/>

- Asociación Brasileña de Empresas de Tecnología de Información y Comunicaciones - BRASSCOM:
<http://www.brasscom.org.br>
- Asociación de Empresas Brasileñas de Tecnología de Información - ASSESPRO: <http://assespro.org.br/>
- Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores - ANPROTEC:
<http://anprotec.org.br>
- Centro de Innovación, Emprendimiento y Tecnología - CIETEC (USP): <http://www.cietec.org.br>
- INOVA (UNICAMP): <http://www.inova.unicamp.br>
- Start-Up Brasil: <http://startupbrasil.mcti.gov.br>
- Exposición y Conferencia de Innovación y Emprendimiento de Base Tecnológica - EXPOCIETEC:
<http://www.expocietec.com.br/>
- Marca sectorial/Brazilian Game Developers - BGD: <http://www.braziliangamedevelopers.com.br/>
- Marca sectorial/Brazil IT +: <http://www.brasilitplus.com/brasilit/Ingles/>