

---

# Estudio de Mercado Servicio Desarrollo de Videojuegos en Ecuador

2012

---

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Ecuador en colaboración con la Universidad Casa Grande, Guayaquil (alumnos: Ricardo Puig, Sócrates Parra y María Ángeles Dreher)

pro|CHILE

## Contenido

|  |    |
|--|----|
| I. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO .....   | 4  |
| 1. -NOMBRE DEL SERVICIO .....  | 4  |
| 2. -DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....   | 4  |
| II. 2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR .....  | 4  |
| 1. MERCADO POTENCIAL .....   | 4  |
| 2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS .....   | 5  |
| 3. CRECIMIENTO DE DEMANDA DE VIDEOJUEGOS.....  | 6  |
| 4. ANÁLISIS PEST.....  | 7  |
| 5. TENDENCIAS DE CONSUMO .....   | 7  |
| 6. ANÁLISIS DEL AMBIENTE TECNOLÓGICO.....  | 8  |
| 7. POLÍTICAS NACIONALES Y OFERTA LOCAL.....  | 10 |
| Interna .....  | 10 |
| Externa.....   | 11 |
| Oferta local .....   | 11 |
| Entrevistas a empresarios locales .....  | 11 |
| 8. OFERTA CHILENA .....  | 16 |
| Desarrolladores, Mercados, Productos .....   | 16 |
| 9. ANÁLISIS FODA DE LA INDUSTRIA DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS EN EL ECUADOR .....                                      | 17 |
| Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter para la industria de desarrollo de videojuegos en el Ecuador..... | 18 |
| 10. RECOMENDACIONES .....  | 19 |
| Recomendaciones de lecturas:.....  | 19 |
| Oferta de capital humano en el sector.....   | 20 |
| III. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO.....   | 23 |
| IV. CONTACTOS RELEVANTES.....  | 26 |
| BIBLIOGRAFIA .....   | 29 |

## Introducción

Durante la última década Chile se consolidado como una de las grandes economías de Latinoamérica, siendo uno de sus pilares sus políticas de libre mercado y su enfoque de industrialización para la generación de valor agregado. Gracias a esto la marca país ha llegado a los rincones más recónditos del planeta, siendo esto un gran éxito y a su vez provocando la consolidación sus principales productos en el mercado mundial. Sin embargo este éxito conlleva una problemática muy preocupante que es la saturación de los mercados y la maduración del ciclo de vida de los productos. Es por eso que actualmente Chile se encuentra en una búsqueda constantes de nuevos mercados emergentes y que presenten oportunidades para los empresarios chilenos.

Una de estas iniciativas consiste en explorar los mercados de innovación y tecnologías, ya que al ser de gran valor agregado, presentan un abanico de posibilidades para Chile. Además de esto, el sector de los servicios informáticos es bastante atractivo y ha tenido un incremento en la demanda en los últimos años.

El objetivo de este estudio es analizar una de esas oportunidades, un mercado de crecimiento exponencial y con grandes posibilidades, como es el desarrollo de videojuegos. Ya sea la venta del producto terminado o el servicio del desarrollo en sí. Todo esto dentro de uno de los países con el que se tiene buenos términos comerciales, el Ecuador.

Ecuador es un país lleno de recursos de todo tipo. Ejemplos de ello serían para este proyecto la mano de obra calificada, productores experimentados, alianzas estratégicas y clientes potenciales, entre otros. Para ello se ha dado un proceso comprobación de la factibilidad de la iniciativa. La investigación en sí, se plantea de un carácter cualitativo y exploratorio, ya que esta industria no está desarrollada en su totalidad, sino que recién está constituyéndose como tal. Y a su vez no existen un ente regulador que lleve registro detallado de cuantas empresas existen donde se las ubica o que desarrollan. Para suplir estas dificultades se ha tenido que contactar con estos empresarios, para entrevistarlos y partir de su experiencia, nos hemos valido también de las tendencias mundiales para el desarrollo el siguiente documento.

En él se estudiara esta industria de videojuegos en Ecuador, que ya ha conseguido resultados excepcionales. Con el objetivo de conocer los participantes de ésta, su interacción con el mercado mundial, el estado de Ecuador como una plataforma para el desarrollo y las oportunidades que presenta para la expansión de la oferta chilena hacia Ecuador y el mercado mundial.

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

### 1. -NOMBRE DEL SERVICIO

Servicio de Desarrollo de Videojuegos

### 2. -DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Un videojuego es un dispositivo electrónico que permite, mediante mandos apropiados, simular juegos en las pantallas de un televisor o de un ordenador. (Real Academia de la Lengua Española ) En otras palabras, se trata de una plataforma virtual en la cual los usuarios interactúan individual o conjuntamente con un ordenador electrónico, consola, arcade o computador. Con fines de entretenimiento o aprendizaje.

## 2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MERCADO IMPORTADOR

### 1. MERCADO POTENCIAL

Actualmente en el mercado ecuatoriano, en el sector del desarrollo y comercialización de videojuegos no hay mucha información disponible al público. Esto se debe a varias razones, empezando por el hecho de que el mercado nacional de dicha actividad no se encuentra lo suficientemente desarrollado como para que existan estos datos filtrados a disponibilidad pública, así mismo, la demanda de dicha información no es muy prominente. La información que existe al respecto, si bien puede ser útil, es de un carácter más subjetivo.

De lo que se ha investigado, un mercado potencial en la industria de desarrollo de videojuegos del Ecuador es el de los *advergaming*<sup>1</sup>. Los aparatos electrónicos que podrían reproducir este tipo de software son las computadoras, tablets y los smartphones.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) el 24,70% tiene PC de escritorio mientras que el 9,8% tiene computadora portátil. El porcentaje de las personas que en los últimos doce meses han utilizado computador es de 36,1%. Por otro lado, el porcentaje de personas que en los últimos doce meses han utilizado internet es el 31,4%, y las ciudades con mayor porcentaje son Quito, Cuenca y

<sup>1</sup> El concepto viene de la unión de dos términos: *adver-tising* y *video-gaming*; es decir, la publicidad que se inserta en los videojuegos online o creados *exprofeso* para una marca. Se basa en la interactividad como un nuevo paradigma de la comunicación. Se trata de un juego que promociona una alguna marca específica que puede ser de cualquier tipo de producto y lo hace mediante un juego (Revista Iconos 14, 2010).

Ambato. El uso de Smartphone es de un 8,4% en el país y las funciones que se utilizan son mayormente internet y mensajería. Guayaquil es la ciudad con más smartphones.

Tabla Uso de Tecnologías en Ecuador

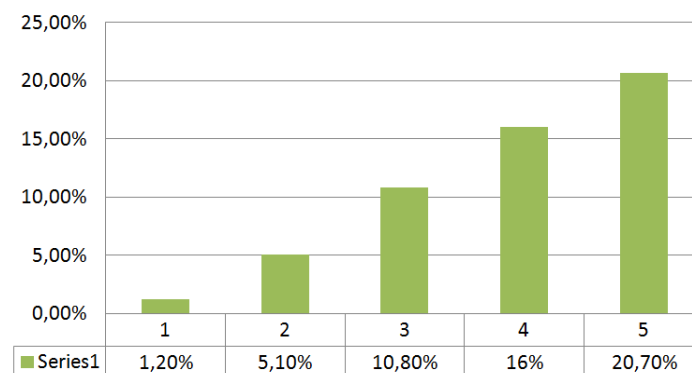
|  |             |                 |
|--|-------------|-----------------|
| <b>Total nacional</b>                            | <b>100%</b> | <b>13312671</b> |
| <b>Uso de computador en los últimos 12 meses</b> | 36,1%       | 4805874         |
| <b>Uso de internet en los últimos 12 meses</b>   | 31,4%       | 4180179         |
| <b>Total nacional</b>                            |             |                 |
| <b>Uso de Smartphone</b>                         | <b>8,4%</b> | <b>6209858</b>  |

Fuente: datos del INEC

En la actualidad no se cuenta con información acerca la penetración de las tablets en el mercado ecuatoriano, sin embargo en el Gráfico 1 se muestra la penetración de estos aparatos a nivel mundial clasificándolos por sus sistemas operativos.

Es importante recalcar que la tendencia creciente de los últimos cinco años también se ha dado en el Ecuador, sin embargo el INEC no cuenta aún con ese dato numérico. Prueba de esto la creciente percepción que se tiene de estas marcas en especial de Apple con su Ipad y promociones de entidades que regalan estos equipos.

Gráfico 1. Penetración de tablets a nivel mundial (2010-2014)



Fuente: <http://www.statista.com/statistics/219909/global-tablet-penetration-forecast/>

## 2. CRECIMIENTO QUE HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

Esta industria en el Ecuador se encuentra todavía muy subdesarrollada, según las Organizaciones Muñoz Ugarte (OMU)<sup>2</sup>. Esta organización cuenta con un portal en el que ofrecen noticias y acontecimientos recientes que consideran de importancia acerca del desarrollo ecuatoriano.

<sup>2</sup> Organización que se ha dedicado al agro comercio y la agroindustria, comercio exterior e inmobiliaria por más de cien años

Según el grupo mencionado, la industria de videojuegos en el Ecuador es casi nula. La mayoría de programadores no se dedican a esta actividad, y los que lo hacen lo hacen como pasatiempo, a excepción de muy pocas empresas que si se dedican íntegramente al desarrollo de videojuegos como las que se mostraran a continuación.

### **2.1 Blue Lizard Games**

Blue Lizard Games fue fundada en Canadá en el 2008, tiene una sede en Canadá como una en Ecuador. Sus productos más populares actualmente se encuentran demandados en Europa, Estados Unidos, entre otros. Blue Lizard es tal vez el mayor exponente en cuanto a producción y desarrollo de videojuegos ecuatorianos se refiere. Esta empresa trabaja con una modalidad de desarrollo bajo pedido, esto representa el 80% de sus ingresos, según las OMU.

Esta compañía se dedica al desarrollo, diseño y arte de videojuegos para las consolas PC, Mac, tablets Android, tablets Apple, Nintendo DS, Nintendo Wii, Páginas Web y las redes sociales. Sus juegos generalmente son de los géneros Virtual Worlds MMO. Sus juegos se han comercializado a través de App store, GooglePlay, Big Fish Games entre otros.

### **2.2 TrashBot Studios**

Trashbot Studios es una compañía relativamente nueva, formada por dos jóvenes guayaquileños en el 2011. Actualmente solo producen juegos para las plataformas de páginas web, sin embargo su personal es muy activo y se encuentran en vías de expansión.

### **2.3 XIMAH**

XIMAH es una agencia de medios digitales constituida hace alrededor de tres años. No solamente se dedican a la creación de videojuegos sino que se dedican a crear soluciones de comunicación basadas en la interactividad.

### **2.4 Geeks**

Geeks es una agencia de marketing interactivo que ofrece gran variedad de productos que ayudarán a las empresas a tener una relación directa con los clientes al momento de promocionar su marca.

### **2.5 Accroach Code**

Es una pequeña empresa dedicada a las soluciones digitales, realiza todo tipo de software a pedido. Tuvieron un proyecto de desarrollar un videojuego bajo su propia marca sin embargo se encuentra en espera ya que tuvieron que enfocarse en los requerimientos de otros clientes.

## **3. Crecimiento de demanda de videojuegos**

Se estima que a nivel mundial la industria crezca un 9%, específicamente el sector con más potencial son los juegos online o para plataformas móviles, para los que se estima un crecimiento del 10% al 13% anual para el 2013. Sin embargo todavía las consolas tendrán más peso en el mercado con unos \$39,7 millones estimados para el siguiente año, los juegos de computadora mantienen un camino decreciente, estos datos, según el de Global Entertainment and Media Outlook: 2009-2013 (PriceWaterhouseCoopers, 2009).

No existen datos cuantificables acerca del crecimiento de la demanda del servicio de desarrollo de videojuegos en el Ecuador, la industria se encuentra tan poco desarrollada que incluso las mismas empresas no tienen mucho conocimiento acerca de sus competidores. Sin embargo de acuerdo con las entrevistas realizadas a las diferentes empresas dedicadas al desarrollo de videojuegos, las expectativas acerca de la

futura demanda del servicio de desarrollo de videojuegos en el Ecuador son muy atractivas. Pues según como han descrito a la industria, ésta se encuentra pronta a entrar a en su etapa de crecimiento. Tomando en cuenta la poca oferta que existe actualmente, las empresas se visualizan con muchas posibilidades de ampliar su cartera de clientes o bien profundizar las relaciones que ya se tienen con clientes que actualmente se están empezando a interesar por la publicidad en medios no tradicionales.

#### 4. ANÁLISIS PEST

En el ámbito de los teléfonos móviles el gobierno actual ha aplicado una restricción a las importaciones de celulares basados en las excepciones generales contempladas en el General Agreement on Tariffs and Trade (GATT).

La resolución 67 emitida por el Comité de Comercio Exterior (COMEX) establece unas cuotas de importaciones de celulares tanto en dinero, como de número de unidades, esto, además de limitar la emisión de licencias para esta actividad, dándosela solo a un grupo de empresas.

Esta situación limita el crecimiento de los smartphones en el mercado ecuatoriano. Actualmente el límite monetario establecido es de \$142,6 millones, un 33% menos que lo que se importó el año anterior, dentro de esta actividad, también se prohibió que los turistas ingresen al país un celular extra o que el mismo sea enviado por servicio de courier. (El Telégrafo, 2012)

#### 5. TENDENCIAS DE CONSUMO

En cuanto a las Tecnologías de la Información en el Ecuador tenemos que la mayoría de los usuarios de internet tienen entre 16 y 34 años mientras que los usuarios de teléfonos celulares tienen su penetración más alta entre las personas de 16 a 44 años como se puede observar en la siguiente tabla

Tabla Usuarios de Internet y Celulares por grupos de edades

| Usuarios por Grupos de edades |          |         |
|-------------------------------|----------|---------|
| Edades                        | Internet | Celular |
| 5 a 15                        | 0,33     | 0,09    |
| 16 a 24                       | 0,548    | 0,563   |
| 25 a 34                       | 0,365    | 0,682   |
| 35 a 44                       | 0,212    | 0,625   |
| 45 a 54                       | 0,164    | 0,579   |
| 55 a 64                       | 0,131    | 0,449   |
| 65 a 74                       | 0,05     | 0,29    |
| 75 y más                      | 0,005    | 0,11    |

Fuente: Elaborado por estudiantes de la UCG, datos del INEC

Por otro lado según los datos de los establecimientos económicos por sectores, el sector de los servicios muy importante. En la Tabla 9 podemos ver que éste cuenta con un 36% de establecimientos.

Tabla Establecimientos Económicos por Sectores, 2009

| <b>Establecimientos Económicos por sectores, 2009.</b>              |                 |                  |               |              |
|---|-----------------|------------------|---------------|--------------|
| <b>Manufactura</b>  | <b>Comercio</b> | <b>Servicios</b> | <b>Otros*</b> | <b>Total</b> |
| <b>47867</b>  | 269751          | 181427           | 1172          | 500217       |
| <b>10%</b>  | 54%             | 36%              | 23%           | 100%         |
| * (Agricultura, Minas, Organizaciones y Órganos Extraterritoriales) |                 |                  |               |              |

Fuente: Elaborado por alumnos de la UCG, datos del INEC

## 6. ANÁLISIS DEL AMBIENTE TECNOLÓGICO

Según el Foro Económico Mundial (FEM), Ecuador actualmente ocupa el lugar 96 de un ranking compuesto por 142 países sobre la penetración de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Ecuador, en comparación con otros países de Sudamérica, se encuentra por encima de Perú (106), Venezuela (107), Paraguay (111) y Bolivia (127) (ver Tabla 10). El país además ha presentado una mejora desde el periodo 2010 - 2011 cuando éste se encontraba en el puesto 108, y durante el año 2009 en el puesto 114. Sin duda, el país ha mostrado una mejora notable en los últimos años, subiendo de lugar en un ranking internacional que evalúa el desempeño del país en las TICs.

Tabla Ranking del Foro Económico Mundial acerca de las TIC para el año 2011

| <b>Posición</b> | <b>Valor</b>               |
|-----------------|----------------------------|
| <b>90</b>       | Guyana                     |
| <b>91</b>       | Marruecos                  |
| <b>92</b>       | Argentina                  |
| <b>93</b>       | Kenia                      |
| <b>94</b>       | Armenia                    |
| <b>95</b>       | Líbano                     |
| <b>96</b>       | Ecuador                    |
| <b>97</b>       | Ghana                      |
| <b>98</b>       | Guatemala                  |
| <b>99</b>       | Honduras                   |
| <b>100</b>      | Senegal                    |
| <b>101</b>      | Gambia                     |
| <b>102</b>      | Pakistán                   |
| <b>103</b>      | El Salvador                |
| <b>104</b>      | República Islámica de Irán |
| <b>105</b>      | Namibia                    |

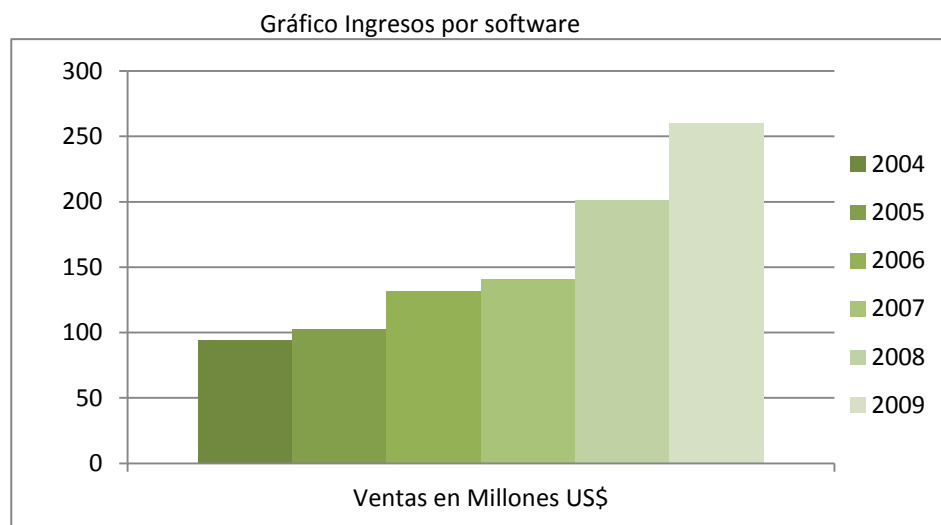
Fuente: FEM, Elaboración Propia

En los últimos 5 años, si bien la industria de desarrollo de software a nivel mundial ha estado en crecimiento, tuvo una desaceleración en su crecimiento debido a la recesión en el año 2009 cuando su tasa de crecimiento que se estimaba sería 4,9% fue 2,9%.



En el Ecuador la industria del desarrollo de software ha estado presente desde las décadas de los 80s y 90s, y su desarrollo hasta el día de hoy, ha tomado lugar en Pichincha, Guayas y Azuay, convirtiéndolas en las tres provincias con mayor desarrollo de estos productos. Productos que según la Asociación Ecuatoriana de Software (AESOFT) se dividen en software: Financieros Bancarios, Administrativos Financieros y de Procesamiento de Lenguaje Natural. Dentro de la industria de software también consideran las empresas consultoras de software, que si bien no desarrollan un producto desde cero y lo comercializan, ofrecen soluciones en diversas áreas de software para sus clientes.

En el 2008 las ventas del sector del software en el Ecuador llegaron a los \$144,6 millones, habiendo crecido \$7 millones desde el año anterior cuando las ventas marcaron \$137,6 millones. A pesar de que el año 2009 hubiera sido un "mal" año debido a la recesión, en el sector del software se estimaron ventas de \$1.344 millones, producto de las estrategias de producción que se desarrollaron para este periodo. En cuanto a ingresos, según el SRI la tasa anual compuesta de crecimiento del periodo 2004 - 2009, es del 22,4%, una importante evolución en la industria ecuatoriana. (AESOFT, 2011).



Fuente: SRI, información recuperada de AESOFT, 2011.

Se puede observar también que en cuanto a planes de desarrollo públicos, el gobierno se encuentra impulsando el uso de software y tecnología en instituciones públicas, sean educativas o de otras índoles.

Entre estos planes se pueden mencionar los siguientes:

- **Plan Nacional de Conectividad:** Este plan empleado en el 2011 equipo con computadoras, pizarras digitales y proyectores, entre otras herramientas de este tipo, a 1569 instituciones educativas públicas, para el 2012 la proyección es de equipar a 2065 instituciones públicas, el monto invertido en este Plan de Conectividad en el periodo 2009 - 2011 fue de \$24'027,883.29.
- **Infocentros Comunitarios:** Se trata de centros de capacitación tecnológica para niños de escuela (35%), jóvenes de colegio (45%) y para adultos mayores (20%). Éstos se han establecido en diversas provincias del país, con una asistencia promedio de 660 personas al día.
- **Corporación Nacional de Telecomunicaciones:** En el periodo cerrado del año 2011 la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) brindó de internet de banda ancha a 300,000 nuevos hogares que antes no contaban con este servicio, incrementando la velocidad del internet provisto en 15 veces su velocidad original instalando 1092 km de fibra óptica, mostrando un crecimiento de 19,8% en relación al año anterior.

Estos planes entre otros implementados por el Gobierno del Ecuador, muestran que existe un interés del sector público en el desarrollo tecnológico de la nación y la adaptación de las labores y hábitos cotidianos a estos métodos modernos, en base a esto el Ecuador se ha propuesto para el año 2015 disminuir la brecha digital que existe por 21 puntos.

En conclusión, se muestra un crecimiento del sector privado, tanto en cantidad de empresas como en los ingresos que estas empresas presenta, asimismo como sus ventas, a su vez se muestra el interés y el crecimiento por parte del sector público y como se manifiestan estos intereses en planes sólidos que se han venido desarrollando. Esto conjunto nos indica que el Ecuador se encuentra en sólidas vías de desarrollo y crecimiento en cuanto a tecnología.

## 7. POLÍTICAS NACIONALES Y OFERTA LOCAL

Al ser una industria relativamente nueva en Ecuador, no existe un ente que los regule. Sin embargo, por tratarse de un servicio debe tener una serie de normas.

### Formas de ingreso y sus barreras

La figura por la cual se conoce este tipo de servicio es el “outsourcing”, este consiste en la subcontratación interna o externa de un servicio. La figura solo presenta diferentes barreras dependiendo si es interno o externo. Esto dependerá si la empresa decide ofrecer su servicio desde el exterior o entrar al mercado a competir de manera directa con la oferta local.

#### Interna

Debido a la reforma al Código de Trabajo algunas formas de “insourcing”, como se llama cuando la subcontratación es interna, se consideran ilegales. Esto se debe a que se lo consideran una forma de tercerización que perjudican al trabajador y no le permiten esta en igualdad de derecho que los trabajadores de la empresa contratada. En este caso para prevenir esta situación basta con afiliar a los empleados al seguro social y cumplir con las normas de salario mínimo y reparto de utilidades que el código dicta. De esta forma al vender el servicio éste no cae en tercerización.

Otra barrera que se debe mencionar es el tiempo promedio para la constitución de una compañía es 56 días en Ecuador (Ciudadanía Informada, 2009).

Sin embargo estar en el mercado presenta una serie de ventajas:

- Se tiene un mejor conocimiento del día a día del mercado.
- Se puede tener un acceso más directo a los clientes.
- Beneficio del marketing relacional.

Y debido al Acuerdo de complementación económica número 65 (ACE-65)<sup>3</sup> y al hecho de ser una inversión extranjera existe la posibilidad de una exoneración parcial o total tributaria, ya que así lo indica dicho acuerdo.

---

<sup>3</sup> Acuerdo de Complementación Económica número 65, que reemplaza al anterior (número 32) y que consolida una zona de libre comercio entre Ecuador y Chile en el marco de la ALADI.

## Externa

Asumiendo que ésta es la figura que más se va a realizar por parte de empresarios ya que conlleva menos costos a continuación expondremos ventajas y desventajas.

El Acuerdo de Doble Tributación que tiene Ecuador con Chile permite que los ecuatorianos no tengan que pagar el impuesto a la salida de divisas. Sin embargo como desventajas tenemos la globalización del servicio, esto significa que el servicio se debe promover en el mercado destino, por lo cual normalmente para las industrias de servicios no es fácil especialmente cuando este tipo de servicio se oferta a escala global. Sin embargo este es un punto que se explorara más adelante con mayor detalle. La tendencia proteccionista con la que se maneja el país puede llegar a ser una desventaja. Si bien en Ecuador aun el gobierno no ha intervenido en los servicios en gran manera si la industria chilena provoca un daño grave en la industria existe la posibilidad de la aplicación de salvaguardas amparado en el Acuerdo General de Comercio de Servicios (AGCS). Por otro lado; un punto a favor de esto es a la obligación mutua como miembro de la OMC a respetar lo acordado en las rondas de negociaciones.

## Oferta local

En el Ecuador la industria de los videojuegos se encuentra muy poco desarrollada, en etapa introductoria. Medir la tasa de crecimiento o medir su ingreso es imposible ya que ningún ente registra estos datos específicamente del segmento de videojuegos. Esto se debe principalmente a que la mayoría de programadores que serían capaces de incursionar en esta actividad no lo hacen por la falta de rentabilidad que esta presenta en el mercado local.

## Entrevistas a empresarios locales

### Entrevista: Blue Lizard

Blue lizard es una empresa desarrolladora de videojuegos con sede en Canadá y en el Ecuador, su actividad se ha percibido como pionera, tanto como innovadora en el Ecuador. Durante los últimos años que se ha situado en el Ecuador, en promedio ha empleado a cuarenta programadores experimentados para trabajar en el desarrollo de videojuegos bajo pedido.

El desarrollo de videojuegos bajo pedido generalmente es entendido como outsourcing ya que estos desarrolladores reciben un pedido y lo desarrollan, a lo que luego, proceden a entregarlo. Dentro de este mismo tipo de trabajo, hay ocasiones en las que se puede tornar más flexible, de forma que el pedido sea entregado con pocas especificaciones y se deje un campo más amplio y creativo para el desarrollo, sin embargo, sigue siendo un juego bajo pedido.

### Entrevista con C.E.O. de Blue Lizard, Alfredo Cháves

El propósito de que se lleve a cabo una entrevista con esta persona fue el de tener información de primera mano acerca de la industria desarrolladora de videojuegos en el Ecuador, tanto como de su experiencia en la misma y de su actividad como Blue Lizard.

En el transcurso de la entrevista se cubrieron varios temas que consideramos de suma importancia para la investigación que se encontraba en desarrollo, como los siguientes.

### Actividad Comercial de Blue Lizard:

Blue lizard se dedica al desarrollo de juegos bajo pedido, alrededor del 80% de su negocio son los juegos bajo pedido con clientes alrededor del mundo, sobre todo en el mercado de Norte América, estos juegos

muchas veces pueden ser requeridos para consolas diferentes como celulares, tablets, redes sociales, etc. Asimismo el pedido puede ser muy concreto y es entregado con una guía de desarrollo, como también puede presentarse un pedido abierto en el cual se dé más flexibilidad al momento del desarrollo.

**Comercialización:**

Hasta ahora, debido a que Blue Lizard toma el cargo de outsourcers, de desarrolladores, sus proyectos se han comercializado dentro de los mercados en los cuales los Publishers desarrollan su actividad comercial, por ejemplo; los juegos que se han hecho bajo el pedido de Disney Games se han comercializado en los Estados Unidos. Hasta ahora no ha habido un solo juego de Blue Lizard que se haya vendido dentro del Ecuador. También se puede dar el caso de que sea una idea compartida, un proyecto compartido, en dicho caso, Blue Lizard se encarga del producto hasta el final, en términos de comercialización, relaciones públicas, etc.

**Mercado e Industria del Ecuador:**

El mercado ecuatoriano según Alfredo Cháves, se encuentra todavía subdesarrollado en la actividad del desarrollo de videojuegos y menciona no ver un futuro sólido para el desarrollo de videojuegos para plataformas como la PC, el Xbox o los Play Stations básicamente por el tema de la piratería y lo que ésta ha causado en los desarrolladores, y el hecho de que luchar contra esta problemática sería costoso y contra productivo. Sin embargo, se muestra como un futuro prometedor el mercado de los teléfonos móviles y las tablets. En cuanto al desarrollo, Blue Lizard fue la primera empresa en venir al Ecuador y practicar esta actividad comercial. Gracias a ellos han surgido más empresas que practican esta actividad, sea por ex empleados u otros motivos.

**Outsourcing:**

Blue Lizard no practica outsourcing ya que en la mayoría de los casos en los que trabajan con otras empresas, ellos ocupan el rol de "outsourcers", el único outsourcing que practican es el de audio, sonorización, música original, etc. Por razones de calidad y control, hasta la actualidad, Blue Lizard ha preferido mantener sus actividades "In house". Sin mencionar que es más problemático la justificación al cliente de hacer una segunda tercerización por así decirlo.

**Alianzas Estratégicas:**

Cuando se mencionaron las alianzas estratégicas, el C.E.O. de Blue Lizard fue firme en su aseveración de que este tipo de proyectos sí les interesan, e incluso propuso formas de trabajar juntos con estas empresas chilenas con las que se podría solidificar dicha alianza, como por ejemplo; Considerando que Blue Lizard mantiene una posición fuerte en el mercado, y son reconocidos con "Publishers " conocidos y prestigiosos dentro de esta actividad como lo son Ubisoft, Electronic Arts, Atari, Idos, Disney Games etc. podrían funcionar de intermediarios de manera que pueden evaluar los proyectos de empresas chilenas pequeñas y medianas del desarrollo de videojuegos, y hacer el contacto con los respectivos publishers para lograr que se lleve a cabo el proyecto, obviamente habiendo realizado previamente un control de calidad y una evaluación del proyecto chileno.

**Advergaming:**

Blue Lizard tiene experiencia en este tipo de proyectos, más que nada en Canadá. En el Ecuador se ha trabajado en pequeños proyectos con algunos clientes en sus respectivas páginas de Facebook. Actualmente se está trabajando en un videojuego capaz de promocionar diferentes marcas para el cual se está buscando sponsors.

El mayor problema según Alfredo Cháves es la falta de conocimiento sobre lo que es el desarrollo de estos videojuegos, y por ende la falta de conocimiento en cuestiones de costos, tiempo y recursos en general que toma para realizar estos juegos.

**Futuro de Blue Lizard en el Ecuador:**

En el 2013 se espera un buen año, planifican crecer tanto en producción como en personal, llegar a tener 60 programadores, es decir 20 más de los que tienen ahora, además de recibir proyectos más ambiciosos.

**Futuro de la industria de videojuegos en el Ecuador:**

Se espera que la industria crezca, tanto en función de lo que las personas saben sobre ella como a la percepción sobre el rendimiento de este medio, actualmente se dan charlas, talleres y conferencias por parte de Blue Lizard. Es valioso que exista competencia, que la experiencia aumente, es beneficioso para todos. Según Alfredo Chaves *"Lo ideal sería que hayan cinco Blue Lizards en el Ecuador"*. Mencionó que a futuro existe potencial para el desarrollo de videojuegos que puedan ser reproducidos en teléfonos inteligentes considerando la alta penetración de celulares que existe en el país.

**Entrevista: XIMAH**

Ximah se fundó como una agencia de medios digitales hace aproximadamente tres años con el objetivo de implementar soluciones de comunicación digital basadas en creatividad, innovación, estrategia y valor de la interactividad. Actualmente tiene una división que se dedica específicamente a la creación de videojuegos y advergaming. La empresa no cuenta con un estudio sobre el crecimiento de la industria del desarrollo de videojuegos ya que manifestaron su interés por cultivar relaciones largas con sus clientes en vez de tener una cartera amplia de clientes.

**Entrevista con Juan Carlos Vásquez**

Durante la entrevista Juan Carlos Vásquez, Gerente General de la compañía, se mostró muy abierto para darnos información sobre su negocio. Indicó que en el ámbito de los videojuegos se dedican a tres categorías diferentes, el desarrollo de microjuegos para clientes específicos, el desarrollo de juegos propios (bajo su marca) y juegos para compañías del exterior, por ejemplo apuestas y concursos. Indicó que sus microjuegos contenían mensajes, por ejemplo sobre temas de cuidar el medio ambiente. El desarrollo de videojuegos necesita profesionales de distintos ámbitos, como redactores, diseñadores, programadores, comercializadores, entre otros; esta es la razón por la que un juego tiene un costo tan elevado, sin embargo el valor final es dividido entre todos los que jugaron, por esta razón se considera este medio muy eficaz para la publicidad de un producto o el posicionamiento de alguna marca.

**Actividad Comercial de XIMAH:**

La compañía se dedica al arte digital, al marketing viral, a las relaciones públicas online, la creación de campañas engagement, el desarrollo de interactividades publicitarias, entre otras cosas que requieren la aplicación de métodos alternativos de gran alcance por medio del internet y los móviles.

**Comercialización:**

El medio de distribución que utiliza la empresa XIMAH es la web, Juan Carlos Vásquez mencionó que una de las páginas de juegos más transitadas a nivel mundial es KingGames4. Además de este recurso, utilizan la página de Facebook donde por lo general las empresas que los contratan cuelgan sus juegos.

**Mercado e Industria del Ecuador:**

Juan Carlos Vásquez indicó que sus principales clientes eran Sunny (jugos), Schick (afeitadoras), la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT), el Ministerio del Interior, Almacenes De Prati, Zhumir, Pepsi, Lan, entre otros. Indicó que en el Ecuador la industria del desarrollo de videojuegos no tiene alta

---

4 (<http://www.king.com/>)

competencia y que conocía poco de sus competidores que todavía seguían en el mercado, entre ellos nombró a la empresa Geeks.

#### **Alianzas Estratégicas:**

En el perfil de LinkedIn de la empresa indican que se encuentran interesados en alianzas y representaciones nacionales e internacionales para el crecimiento corporativo de su línea de negocios y en especial en las líneas de negocios amigables con el medio ambiente y con un enfoque social preferentemente.

#### **Advergaming:**

Esta es una de las ramas de desarrollo de videojuegos con las que cuenta la compañía. Consiste en el desarrollo de un videojuego sencillo que tenga la presencia de alguna marca específica. Por ejemplo la empresa detalló un juego que habían desarrollado para la empresa de Quicomac S.A. (jugos Sunny) que consistía en apuntar a un árbol y arrojar la mayor cantidad de frutas para hacer el jugo. Esta es una forma de hacer publicidad por medio de la popularidad que vaya ganando el juego.

#### **Futuro de XIMAH en el Ecuador:**

Las ideas de crecimiento de la compañía tienen que ver con fomentar el uso de los medios digitales para publicitar tanto marcas como productos. Teniendo en cuenta de que esta técnica de publicidad no es muy conocida en el país se tiene el objetivo de profundizar relaciones con clientes que ya han probado este método y que poco a poco descubren que la rentabilidad en relación a la inversión es bastante llamativa.

#### **Futuro de la industria de videojuegos en el Ecuador:**

Durante la entrevista el señor Vásconez recalcó la importancia acerca de la utilidad de un videojuego para hacer marketing viral ya que es una forma de hacer una publicidad no intrusiva, es decir que las mismas personas busquen el juego y dependiendo de su calidad y beneficios la audiencia puede aumentar de forma muy favorable.

#### **Entrevista: Trashbot Studios.**

Fundada extraoficialmente hace 2 años, en 2010, comenzó como un proyecto de dos compañeros de Colegio que actualmente graduados de la ESPOL, César Mujica Castro y Germán Medina.

#### **Sus inicios y proyectos**

Comenzaron con un demo de Juego de naves en 2010 y actualmente se encuentran en desarrollo de un juego 3rd person shooter mix con adventure. Este se llamará Trashbot Wars y les ha tomado dos años; a pesar de no tener aun el demo y no ser profesionales en la industria se muestran optimistas.

#### **Herramientas y dificultades**

Ellos trabajan con una Herramienta Llamada UNITY 3D que permite la codificación de juegos con animaciones 3D de manera eficaz pero dependiendo de las habilidades del programador.

#### **Mercado meta y estrategias**

Han decidido que para comenzar se centrarán en solo en PC, Mac y web. Esto a su vez con un enfoque mundial para apuntar a una estrategia de volúmenes, para ellos el mercado local no es tan atractivo debido a obstáculos de piratería en Smartphone. Para este mercado han considerado la posibilidad de recurrir al advergaming como método de obtener ingresos sustentables en Android e IOS.

Mujica y Medina también indicaron que ellos conocen que se contratan agencias de diseño para el desarrollo juegos o aplicaciones flash, ya que uno de ellos trabaja además en una de esas agencias.

#### **Futuro de Trashbot Studios en el Ecuador**

Los géneros que ellos planean dedicar son los adventures, shooter y arcades multiplatforms.

**Entrevista ; Geeks**

Geeks es una agencia de medios que crea formas innovadoras de promocionar las marcas. Entre sus especialidades están el marketing digital, medios digitales, BTL, Tecnológico, google adwords, google analytics según el perfil de la compañía en LinkedIn. La ejecutiva de medios digitales de Geeks Viviana Edgecome durante la entrevista indicó que entre los productos que ofrece están los apps móviles, redes sociales, augmented reality, advergaming.

**Comercialización:**

Viviana Edgecome indicó que la compañía hace proyectos bajo pedido. Las empresas interesadas en alguno de sus productos entregan un presupuesto y Geeks desarrolla propuestas que luego de ser aprobadas son desarrolladas para satisfacer las necesidades del plan de marketing un cliente específico. Entre sus principales clientes están el Mall del Sol, Supán, el Banco de Guayaquil, Almacenes Boyacá y Claro.

**Alianzas Estratégicas:**

Actualmente no se encuentran trabajando en alianza con ninguna empresa, sin embargo sí han trabajado con otras agencias antes, el producto que se desarrolló para Claro lo hicieron con Comunica, una empresa de BTL.

**Advergaming:**

Este tipo de juegos son uno de los principales productos que ofrece esta compañía, por ejemplo el juego que se realizó para promocionar la Visa Zero del Banco de Guayaquil que se puede ver en (<http://geeks.com.ec/casos/>). También tienen otros juegos como el "come precios" para Créditos Económicos, "Supán crazy 3" para Tiosa, la "camioneta de mama y papa" para el Mall del Sol. Estas campañas han sido realizadas en distintos sitios y micrositos web que han ayudado a la propagación de estos.

**Futuro de Geeks en el Ecuador:**

La empresa tiene planificado seguir creciendo ya que han tenido una buena experiencia en el mercado gracias a la lealtad que han logrado por parte de sus clientes.

**Futuro de la industria de videojuegos en el Ecuador:**

Se espera que en el país se den a conocer más casos exitosos de marketing en medios no convencionales y sobre todo de la efectividad de los juegos para promocionar marcas.

**Entrevista: ACCROACH CODE**

La empresa fue fundada en el año 2008 por Gustavo Buitrón y se dedicaban a hacer diferentes tipos de software, y sobre todo páginas web. En el año 2009 se introdujeron en el Marketing Digital y en el año 2010 la empresa empezó a desarrollar su propio juego, para ser lanzado bajo su marca, sin embargo por los altos esfuerzos que este significaba tuvieron que dejar el proyecto en espera y concentrarse en los requerimientos de los clientes.

**Actividad Comercial de Accroach Code:**

Accroach Code es una empresa que brinda soluciones informáticas de diversos tipos que se especializa en Marketing Digital, Diseño Web, Medios Interactivos, Desarrollo Web. Actualmente se encuentran diseñando un producto innovador que va a hacer más efectivo el trabajo de un Community Manager.

**Comercialización:**

Accroach Code trabaja bajo pedido, una empresa está interesada en alguno de los servicios que ésta brinda y hace un presupuesto, luego revisa la propuesta y aprueba el proyecto. Hasta ahora no han hecho ningún tipo de juego por pedido, sin embargo si tienen la capacidad de desarrollar videojuegos o advergaming teniendo el capital.

**Mercado e Industria del Ecuador:**

Gustavo Buitrón se admira de los resultados de empresas Créditos Económicos, DePrati o Toni que utilizan los videojuegos para la promoción y construcción de sus marcas. Y piensa que se trata de una industria recién empezando pero con un gran potencial a largo plazo por el atractivo alcance.

**Futuro de Accroach Code en el Ecuador:**

La empresa quiere ubicar su aplicación como la primera en el Ecuador para el Social Media y posicionarse como una mejor alternativa que HootSuite a nivel mundial.

**Futuro de la industria de videojuegos en el Ecuador:**

El gerente general de Accroach Code considera que la industria de videojuegos en el Ecuador se encuentra poco avanzada, sin embargo piensa que los desarrolladores de software del país están preparados para hacer crecer esta industria y lograr innovar en el mercado.

**8. OFERTA CHILENA****Desarrolladores, Mercados, Productos**

Chile fue uno de los países pioneros de Latinoamérica en desarrollar videojuegos, luego fue alcanzado por Brasil, Argentina y Uruguay quienes lideran actualmente la industria. Aproximadamente el tamaño del sector de videojuegos en Chile es de \$6 millones. (Subdirección Nacional PROPOEX, 2012).

Entre las empresas mejor posicionadas en Chile están Behaviour que es una empresa de origen canadiense fundada hace 20 años, Atakama Labs que es una de las más exitosas del sector, Ace Team que realiza juegos de alta calidad para consolas como el Play Station, Amnesia Games que se especializa en los juegos para plataformas móviles, y Epig Games que tiene entre sus méritos el juego más descargado para iOS desarrollado en Chile (Subdirección Nacional PROPOEX, 2012).

Se estima que actualmente alrededor de 20 empresas estaban desarrollando videojuegos en Chile en el año 2011. A pesar de tratarse de una industria relativamente pequeña se encuentra una alta viabilidad en ella ya que su modelo de negocio le permite tener un mercado potencial a nivel global, además del desarrollo de las nuevas tecnologías y dispositivos disponibles, el uso y consumo de videojuegos en aumento y el crecimiento estimado de la industria a nivel global. El principal destino de la industria de videojuegos chilena es Estados Unidos y Japón.

*“Se puede hablar de una industria emergente a nivel de desarrollo, pero durante su historia ya presenta connotados casos de éxito comercial y favorables acogidas por parte de la crítica especializada en videojuegos”* cuenta Gonzalo Lara, Coordinador de la carrera de Animación Digital y Diseño de Videojuegos de la Universidad del Pacífico a el Diario Financiero.

Frente a este potencial crecimiento, la industria chilena ha ampliado su cadena de valor. Se han desarrollado nuevas empresas especializadas en distintos ámbitos específicos necesarios para la realización de un



videojuego. Entre estas áreas están el diseño, la música, los guiones, los doblajes, la cinemática, y el software.

## 9. ANÁLISIS FODA DE LA INDUSTRIA DE DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS EN EL ECUADOR

Luego de haber realizado una investigación exploratoria con la cual se ha llegado a conocer las condiciones en las que actualmente se desempeña la industria, se ha realizado un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que presenta la industria en el País. A partir del cual se pueden establecer formas de entrada a la industria para aprovechar sus oportunidades de la mejor manera.

| <b><u>Fortalezas</u></b>  | <b><u>Oportunidades</u></b>  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Software ecuatoriano, prestigioso internacionalmente</li> <li>- Buen manejo del Inglés por parte de ecuatorianos (coding en inglés)</li> <li>- Apoyo gubernamental al desarrollo de telecomunicaciones.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mano de obra calificada (Escuelas Politécnicas), potencial.</li> <li>- Pocos competidores</li> <li>- Alta demanda de móviles</li> <li>- Bajo costo (GRP)</li> <li>- Ferias y eventos informáticos</li> <li>- Web 2.0</li> </ul>                       |
| <b><u>Debilidades</u></b>   | <b><u>Amenazas</u></b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poco conocimiento del servicio de desarrollo de videojuegos.</li> <li>- Poca información disponible acerca de dicho sector</li> <li>- No hay un organismo sectorial que regule esta actividad.</li> <li>- Poca oferta de profesionales</li> <li>- Pocos competidores a nivel nacional</li> <li>- Poca iniciativa en cuanto a desarrollo</li> <li>- El poco posicionamiento de las empresas</li> <li>- Alto costo por desarrollo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pocos clientes potenciales por preferencia a los medios convencionales</li> <li>- Alta presencia de piratería</li> <li>- Relaciones frágiles con EEUU (Publishers Americanos)</li> <li>- Falta de incentivo del sector público (Gobierno).</li> </ul> |

**Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter para la industria de desarrollo de videojuegos en el Ecuador**

| <b>Fuerza</b>                                       | <b>Calificación</b> | <b>Razón</b>   |
|---|---------------------|--|
| <b>Rivalidad entre competidores presentes</b>       | Baja                | <ul style="list-style-type: none"> <li>-La tasa de crecimiento de la industria es alta según nuestros entrevistados.</li> <li>-Existen muy pocas empresas que se dedican al desarrollo de videojuegos.</li> <li>-El producto es alto en valor agregado.</li> <li>-No hay economías de escala.</li> <li>-Las barreras de salida son bajas.</li> </ul>         |
| <b>Amenaza de nuevos entrantes</b>                  | Alta                | <ul style="list-style-type: none"> <li>-No hay economías de escala.</li> <li>-Existe facilidad en el acceso a canales de distribución.</li> <li>-No hay barreras legales.</li> <li>-El capital para los nuevos entrantes es bajo.</li> </ul>   |
| <b>Poder del trato ventajoso de los proveedores</b> | Medio alta          | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Poca oferta de profesionales.</li> <li>-Proveedores de certificaciones de calidad estrictos.</li> <li>-Herramientas de dominio libre.</li> </ul>   |
| <b>Trato ventajoso de los compradores</b>           | Alta                | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sensibilidad al precio.</li> <li>-El volumen de compras de un cliente es bajo.</li> <li>-Hay bastantes productos alternativos disponibles para los clientes de advergaming sin embargo pocos para juegos que no son de este tipo.</li> </ul>   |
| <b>Amenaza de productos y servicios sustitutos</b>  | Media               | <ul style="list-style-type: none"> <li>-No hay variación de precios entre competidores directos, sin embargo las compañías ecuatorianas todavía tienen más confianza en el marketing por medios tradicionales (para advergaming). Por medición de GRP es más eficiente el advergaming.</li> <li>-Existe alta disposición del cliente a cambiarse.</li> </ul> |

## 10. RECOMENDACIONES

### Recomendaciones de lecturas:

#### **Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS)**

Emitido por la Organización Mundial de Comercio (OMC), contiene las reglas generales sobre cómo deben actuar los países frente a la importación y exportación de servicios y es el marco legal para la emisión de legislación en materia de servicio.

Plantea la aplicación de los principios de trato nacional y nación más favorecida para los servicios. Y es la base de los acuerdos de complementación económica a nivel mundial. Además contiene las definiciones generales para la aplicación de medidas compensatorias, restricción de la entrada de un servicio, criterios de origen, excepciones generales, entre otros.

#### **Ley de Promoción y Garantía de Inversiones**

Aprobada en 1997 por el gobierno ecuatoriano, aun vigente. Aboga por el establecimiento de un Régimen común de tratamiento a los capitales extranjeros, marcas, patentes, licencias y regalías. Con esta decisión se acordó que sean removidos los obstáculos para la inversión extranjera y se incentive la libre circulación de capitales subregionales. También obliga a designar organismos nacionales competentes para la aplicación de las obligaciones contraídas por los inversionistas extranjeros.

#### **Acuerdo de Doble tributación (Chile-Ecuador)**

Parte del ACE-65, que es un acuerdo de complementación económica entre Ecuador y Chile, contempla las reglas para la tributación de tal manera que se evita el pago por partida doble de este.

#### **Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado**

Contempla los mecanismos de defensa en contra de competencia desleal y la prohibición de monopolios y abusos por parte de empresas a sus proveedores o clientes. Además de regular los acuerdos forzados o prácticas restrictivas.

#### **Oportunidades factibles en el Ecuador**

#### **Alianzas o acuerdos potenciales:**

Después de haber realizado las entrevistas e investigaciones direccionadas hacia la búsqueda de oportunidades, uno de los sistemas de oportunidades que se presentó como opción para las empresas pequeñas, medianas y grandes chilenas, es el de las alianzas estratégicas entre entidades comerciales. Entre las empresas con las que se les presentó la idea de establecer alianzas estratégicas con empresas desarrolladoras chilenas se encontraban, Ximah, Blue Lizard, Geeks, entre otras.

Luego de haber mantenido las conversaciones con estas entidades para investigar la oportunidad previamente mencionada, se delinearon posibles modelos de alianzas en los cuales existirían beneficios bilaterales para las empresas de por medio, si estas llegaran a darse.

Para este ámbito, se debe entender una alianza estratégica como un acuerdo de cooperación comercial entre dos o más entidades comerciales, con el fin de beneficiarse bilateralmente. Cumpliendo con este tipo de especificaciones por ejemplo, encontramos la cooperación mediante outsourcing.

**Outsourcing:**

El outsourcing en esta industria se da por lo general cuando una empresa puede realizar un mejor trabajo en determinado sector y la empresa contratista los sub contrata para que desarrollen dicha sección, teniendo en cuenta que Chile tiene una gran oferta de profesionales en este área sería beneficioso para ambas partes.

**Alianzas Estratégicas:**

Sin embargo, existen empresas dentro del Ecuador cuya actividad es mayoritariamente la de recibir el trabajo de Publishers internacionalmente, por lo que ellos ya no podrían incursionar en la práctica del outsourcing, sin embargo se encontraban dispuestos a formar una alianza de manera que las empresas chilenas traigan su inversión al Ecuador y funcionen conjuntamente.

**Intermediarios:**

Se presentó el caso específico de una empresa ecuatoriana (Blue Lizard) que propuso un modelo de negocio conjunto con empresas pequeñas y medianas chilenas que posean un proyecto prometedor y se lo quieran hacer a llegar a un Publisher conocido como Electronic Arts, Ubisoft, Atari, etc. Con estos publishers Blue Lizard ya ha trabajado antes y mantiene una relación a largo plazo, la empresa podría certificar un proyecto siempre cuando éste cumpla con todas las expectativas y requisitos de calidad que exija Blue Lizard; considerando que son certificadores de calidad al ser intermediarios. Se considera ésta como una de las mejores oportunidades presentadas en función del costo beneficio que ofrece esta oportunidad.

**Advergaming:**

La publicidad interactiva gana cada vez más espacio en los medios, entre estos el advergaming es una forma muy eficiente de aumentar el número promedio de exposiciones por persona a determinado anuncio, además que no es una publicidad intrusiva el usuario juega voluntariamente, esta exposición crea un vínculo entre la marca y el usuario se fortalece con cada uso. Entre las ventajas del advergaming tenemos los elevados tiempos de contacto, el engagement (implicación con la marca), feedback (es posible recopilar información), el efecto fidelizador en el usuario y sobre todo los bajos costos de distribución.

El Facebook es una de las principales plataformas que se prestan para el advergaming. Alrededor de 250 millones de personas juegan en Facebook cada mes, las personas pueden escoger entre miles de juegos de diferentes géneros, la gente pasa horas en ellos para divertirse con amigos y relajarse, por estas razones las marcas los están utilizando esta red social para conectar a la gente con sus productos (Corbella, 2012). Según Juan Carlos Vásquez de XIMAH, Facebook es una de las principales páginas en las que cuelgan los videojuegos que han desarrollado para las diferentes empresas.

El desarrollo de advergaming es un negocio potencial en el Ecuador porque aun no se hace mucho uso de éste por parte de las empresas. Sin embargo la alta viabilidad del mismo asegura el aumento de su uso durante los próximos años, sobre todo luego de las declaraciones de nuestros entrevistados podemos asegurar que se trata de un mercado entrando en la etapa de crecimiento.

**Oferta de capital humano en el sector**

A futuro, proyectos innovadores prometen generar más recurso humano especializado en temas tecnológicos. Ejemplo de esto son iniciativas como Yachay, la ciudad del conocimiento y el Parque del Conocimiento de la ESPOL (PARCON), que ya es una realidad. Ambas son iniciativas que en su constitución plantean tener departamentos de investigación y desarrollo.

Yachay como iniciativa de la Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), plantea la creación de diversos institutos en su campus para el desarrollo de investigación experimental. Mientras que actualmente Inventio-ESPOL e.p., que es la empresa de comercialización e

investigación de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Ya ha fundado un estudio de desarrollo de video juegos llamada Freaky Creations, éste fue fundado por integrantes del club de video juegos de la universidad. Ellos están creando su primer juego y el equipo de trabajo está en fase de producción o desarrollo.

#### **Financiamiento y obtención de Mano de Obra de los proyectos**

Para la obtención de capital humano para Inventio ESPOL, existe un club de video juegos, los estudiantes entran a él por voluntad propia y reciben tutorías por parte de los profesores (artes digitales, gráficos por computadora, etc.).

Por el momento Inventio-ESPOL y Centro de Tecnología e Innovación (CTI) están financiando la operación de Freaky Creations pero se encuentran buscando financiamiento público y privado.

En cambio Yachay al ser un proyecto de carácter integral está aún en fase de desarrollo y obtención de recursos, estos en su mayoría vienen del sector público aunque sí plantean involucrarse con el sector privado. Se encuentra en fase de construcción de la infraestructura en Imbabura, provincia de la sierra ecuatoriana, de tal manera que se empiece clases en mediados de 2013.

#### **Mercado en Ecuador para la oferta de mano de obra**

CTI-ESPOL conoce a algunos agentes en el mercado, pero consideran que están enfocados en advergaming. Ejemplo de ello serían: Blue Lizard Games, Comet Bits, entre otros.

A demás han tenido contacto con agencias de publicidad pero no se ha concretado aun algún proyecto a pesar de haber un interés latente. Por el momento no planean prestar servicios de desarrollo de videojuegos a la carta.

Esto da a inferir que las empresas que se dedican a esta actividad no pueden acoger la creciente oferta de profesionales y muchos de ellos deciden hacer este tipo de negocios por su cuenao como Trashbot Studios o viajan al extranjero a trabajar en multinacionales.

#### **Alianzas estratégicas de las instituciones**

La ESPOL demuestra un claro interés en trabajar más de cerca con operadores móviles y de telecomunicaciones. Esto en busca de crear la oportunidad de ofrecer paquetes de productos accesorios a los juegos (in-app purchases) y otras formas de financiamiento. Actualmente no han considerado incluir publicidad en su proyecto como forma de financiamiento, sin embargo están haciendo reuniones con algunas entidades para obtener financiamiento para capital de riesgo, fondos, préstamos, etc.

#### **Metas a corto, mediano y largo plazo de las instituciones**

La ESPOL espera que el primer juego esté para su lanzamiento en marzo 2013 en la tienda Steam según el cronograma de trabajo. Además con el apogeo de Steam Green Light, un sistema para solicitar apoyo de usuarios de Steam en busca de hacer disponible un juego, se espera obtener resultados interesantes para el negocio de videojuegos en Ecuador. A pesar de valerse en la calidad del juego y gusto de los gamers. A su vez con la reciente firma de un convenio con Sony se planea instalar un laboratorio para desarrollo de PS3. Mientras que en el mismo año la iniciativa Yachay comenzaría a funcionar y podrían llegar a ser un epicentro de conocimiento en desarrollo de nuevas tecnologías.

### **Futuro de la Industria en el Ecuador**

A criterio de ESPOL, consideran que el futuro de la industria está dominado por empresas advergaming. La razón de esto, es que producir otro tipo de juegos requiere de grandes inversiones. En la medida que exista el talento, publishers y empresas dispuestas a financiarlos, puede existir un auge. Su objetivo es ser emprendedores en la industria y llevar a cabo como un plan piloto.

En cambio esas empresas consideran que esos factores sí existen, Blue Lizard Games por ejemplo planea aumentar su fuerza laboral en un 50% y a su vez su producción e ingresos; XIMAH considera en cambio que se debe fomentar la cultura del advergaming y considera a los videojuegos como plataformas de marketing que por medio de relaciones con los clientes, estos se dan cuenta de sus beneficios como canal de comunicación; Trashbot Studios planea expandir su cartera inicial de productos y finalizar sus proyectos actuales para 2013 todo eso a pesar de ser una empresa muy pequeña; Geeks planea seguir expandiéndose gracias a la lealtad de su clientes y considera que en el futuro ésta industria comenzará a presentar más casos exitosos a nivel local y así también surgirán más clientes; por último Accroach considera que a pesar de ser una industria poco desarrollada en comparación a otros países existe potencial gracias a los beneficios que podría traer la intervención de empresas de desarrollo de software en el mundo de videojuegos y alianzas con ellas.

### **Obstáculos en el Mercado para empresas locales**

Por el momento están apuntando al mercado global a través de tiendas como Steam y Apple App Store. Además consideran que el mercado de consumo digital en Ecuador aun es reducido. Esto como desarrollo de publicidad en videojuegos en parte por el desconocimiento de su utilidad, y además el hecho de que a pesar de haber muchas industrias de desarrollo de software son pocas las que desarrollan videojuegos a pesar de que parte del “Know How” ya lo poseen.

### **Oportunidades de empresas locales**

Existen oportunidades debido proyectos como el lanzamiento de nuevas consolas basadas en modelos open source como Ouya y los markets de contenido descargable como XBOX Live Arcade, Playstation Network y Nintendo Virtual Console. Estos abren mercados interesantes a futuro para capitalizar juegos independientes como “To Leave” (El working title del juego en desarrollo de Freaky Creations), permitiendo explorar DLC (Downloadable Content como mapas o personajes) y la comercialización de soundtracks, artbooks, merchandising y otros agregados.



## OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE SOBRE EL MERCADO DE DESTINO.

En el Ecuador, al igual que en otros países existen eventos que reúnen a las personas interesadas en el desarrollo de videojuegos y su situación actual, sea este interés profesional o de otro tipo. Este tipo de ferias han sido anfitrionas ya de ambiciosos proyectos y productos que se han mostrado en ellas, entre ellas se destacan las siguientes.

### **Campus Party:**

El campus party en el Ecuador ha sido designado como el evento acerca de tecnología, innovación, ocio y cultura digital más importante del país. Alrededor del mundo este evento ha estado en vigencia desde el año 1997, año desde el cual se han reunido los "campuseros", término otorgado para los participantes de este evento, quienes se reúnen a tratar temas relevantes a la temática del evento y a compartir sus inquietudes e ideas. Probablemente una de las razones por las que el campus party ha sido de gran importancia es por su gran poder de convocatoria tanto a nivel de los campuseros como a nivel de instituciones privadas y públicas, alrededor del mundo, después de 16 años de haber estado desarrollándose la comunidad de campuseros ha alcanzado internacionalmente los 180,000. Definitivamente otro aspecto por el cual dicho evento es muy recomendado para proyectos que se quieran dar a conocer es por las repercusiones que el campus party suele tener en los medios de comunicación, en los cuales se acostumbra a relatar lo que ocurre en esta gran reunión.

En el campus party se ofrecen diferentes tipos de sub eventos como por ejemplo, talleres, charlas y conferencias, siempre diferente de sus ejemplos predecesores debido a la evolución continua de la tecnología.

Información de contacto:

- Directores:

| Nombre          | E-mail                            |
|-----------------|-----------------------------------|
| Rafael Roldán   | rafael.rolدان@campus-party.com.ec |
| Orlando Buitrón | owbg@campus-party.com.ec          |

- Administración:

| Nombre:             | E-mail                                 |
|---------------------|--|
| Fátima Vargas       | fatima.vargas@campus-party.com.ec      |
| María Luisa Paredes | Marialuisa.paredes@campus-party.com.ec |

### **Feria de tecnología y de videojuegos:**

La feria de tecnología y videojuegos se llevó a cabo por primera vez el día 2 de agosto del año 2012. Este evento se desarrolla oficialmente por Expo Guayaquil, donde se dio un encuentro de programadores, el que se efectuó para el desarrollo de un software sobre geoposicionamiento, transacciones bancarias, o un juego,

concurso realizado por la comunidad tecnológica "Iguana Valley" en el que pudieron participar estudiantes y profesionales.

Uno de los puntos más interesantes es que dicha feria se divide en dos zonas, la zona de juegos o E-Zone y la de tecnología o Tech Zone. En el de videojuegos se exponen novedades tanto en comunicación, audio o video, mientras que en la zona tecnológica se expondrán soluciones e innovaciones tecnológicas para empresas y personas comunes.

En la última feria participaron 35 empresas privadas que expusieron su actividad comercial y sus innovadoras creaciones en el ámbito tecnológico. Esta es una de las razones por las que se recomienda esta feria como opción para las empresas que quieran dar a conocer sus métodos, productos o servicios.

Contactos Expo Guayaquil:

| Nombre         | Teléfono    |
|----------------|-------------|
| Expo Guayaquil | 593 2693565 |

**World Cyber Games:**

El evento de World Cyber Games en el Ecuador es una competencia en la que se reúnen todos los jóvenes amantes de los videojuegos a competir una vez al año en los juegos que en el momento sean los más populares en este ámbito.

Si bien esta opción no contiene opciones para exhibición, tiene generalmente muchos auspiciantes que promocionan sus marcas a través de este evento, la última vez que se llevó a cabo esta feria, Samsung fue el patrocinador oficial de la feria promocionando su marca y otorgando premios y viajes a los ganadores de la competencia.

Asimismo de esta manera si una empresa extranjera fuera a posicionarse en el mercado nacional, se considera que este tipo de eventos serían oportunidades apropiadas para la propagación publicitaria de sus marcas.

Contacto:

| Nombre                    | Facebook  |
|---------------------------|---|
| World Cyber Games Ecuador | <a href="http://www.Facebook.com/pages/WCG-Ecuador/151129858336905">http://www.Facebook.com/pages/WCG-Ecuador/151129858336905</a> |



## CONCLUSIONES

La industria de desarrollo de videojuegos en el Ecuador presenta oportunidades sólidas, como debilidades también, fortalezas internas y amenazas exteriores, todos aspectos que se deben considerar siendo un inversionista externo.

### ¿Por qué invertir en el desarrollo de videojuegos en el Ecuador?

En el Ecuador cada día los sistemas de telecomunicaciones se fortalecen más. El último gobierno ha mostrado un gran interés en el desarrollo de este sector y ha invertido en la mejora de calidad del servicio de internet y otras vías de comunicación, que justamente son plataformas sobre las cuales se trabaja en el campo del desarrollo de videojuegos. En el Ecuador encontramos que así como el sector público se ha mostrado a favor del crecimiento en este sector, los ecuatorianos se muestran muy entusiastas y afines de los teléfonos celulares, mostrando así que hay más líneas activas, que residentes en el país.

Existe un alto consumo de los videojuegos como productos terminados, y como se ha observado existen competencias sobre todo por parte de los jóvenes. Existe cultura del videojuego, a pesar de esto, la cantidad de competidores en el mercado es muy baja, lo que hace a esta industria bastante atractiva para la inversión. Además de que la entrada a la industria requiere una inversión moderada que no representa una barrera de salida demasiado estricta para las empresas que decidieran salir de la industria, si ese fuera el caso. Si bien el Ecuador presenta desventajas como la presencia de la piratería que se encuentra presente por igual en casi todos los mercados alrededor del mundo, y la falta de cultura de los videojuegos, ambas son desventajas que se pueden contrarrestar. En la actualidad los proyectos de videojuegos se están comercializando en su mayoría por plataformas comerciales virtuales, lo que no permite un sistema de "estafa" o "piratería", lo que brinda seguridad al desarrollador.

Por el lado del advergaming, las empresas que se muestran conservadoras y prefieren publicitar sus marcas en medios convencionales son cada vez menos a partir de la creciente tendencia al acceso a internet y la disminución de televidentes. Se prevé que a largo plazo un aumento de la demanda de este servicio gracias a los beneficios que este tipo de publicidad trae como marketing viral.

También se debe tomar en cuenta el capital humano que se encuentra en determinado lugar cuando se realiza una inversión en el mismo. En el Ecuador se puede ver que existe fuerza laboral capacitada para realizar este tipo de software gracias a la presencia de las escuelas politécnicas alrededor del país, que aportan profesionales para este sector.

# IV ■ CONTACTOS RELEVANTES

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Nombre:</b>               | Yamil Lambert Sarango   |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>EDCOM-ESPOL</b>  |
| <b>Teléfono:</b>             | 593 04 2269269  |
| <b>Correo:</b>               | Yamil.Lambert@Facebook.com  |
| <b>Blog:</b>                 | <a href="http://blog.espol.edu.ec/ylambert/">http://blog.espol.edu.ec/ylambert/</a> |

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Contacto:</b>             | César Mujica Castro  |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>Trashbot Studios</b>  |
| <b>Teléfono:</b>             | n/d  |
| <b>Correo:</b>               | scorch.gc@gmail.com  |
| <b>Página Web:</b>           | <a href="http://www.Wars.Trashbot.net">www.Wars.Trashbot.net</a> |

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Contacto:</b>             | Germán Castrom   |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>Trashbot Studios</b>                                  |
| <b>Teléfono:</b>             | n/d  |
| <b>Correo:</b>               | antovalls.gc@gmail.com                                   |
| <b>Página Web:</b>           | <a href="http://Wars.Trashbot.net">Wars.Trashbot.net</a> |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Contacto:</b>             | Juan Carlos Vásconez  |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>XIMAH</b>  |
| <b>Teléfono:</b>             | 593 4 604 3235 / 593 9 9995 0030  |
| <b>Correo:</b>               | jcvascones@ximah.com  |
| <b>Página Facebook:</b>      | <a href="http://www.Facebook.com/#!/XimahDigital?fref=ts">http://www.Facebook.com/#!/XimahDigital?fref=ts</a> |
| <b>Página Web:</b>           | <a href="http://www.ximah.com/">http://www.ximah.com/</a>   |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Contacto:</b>             | Ing. Gustavo Buitrón  |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>Accroach Code</b>  |
| <b>Teléfono:</b>             | 593 997597128   |
| <b>Correo:</b>               | gebc@accroachcode.com   |
| <b>Página Facebook:</b>      | <a href="http://www.Facebook.com/#!/accroachcode">http://www.Facebook.com/#!/accroachcode</a> |
| <b>Página Web:</b>           | <a href="http://www.accroachcode.com/">http://www.accroachcode.com/</a>                       |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Contacto:</b>             | Viviana Edgecome  |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>Geeks</b>  |
| <b>Teléfono:</b>             | 593 04 5113417 Ext 105 / 0991190885   |
| <b>Correo:</b>               | viviana.edgecombe@geeks.com.ec  |
| <b>Página Facebook:</b>      | <a href="http://www.Facebook.com/#!/geeksec">http://www.Facebook.com/#!/geeksec</a> |
| <b>Página Web:</b>           | <a href="http://geeks.com.ec/">http://geeks.com.ec/</a>                             |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Contacto:</b>             | Alfredo Cháves  |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>Blue Lizard</b>  |
| <b>Teléfono:</b>             | 6007462   |
| <b>Correo:</b>               | achaves@bluelizardgames.com   |
| <b>Página Facebook:</b>      | <a href="http://www.Facebook.com/bluelizardgames">http://www.Facebook.com/bluelizardgames</a> |
| <b>Página Web:</b>           | <a href="http://www.bluelizardgames.com/">http://www.bluelizardgames.com/</a>                 |
| <b>Dirección</b>             | Leonardo DaVinci 101 y Miguel Ángel, Quito  |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Nombre:</b>               | Eduardo Raad  |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>ESPOL CTI-PARCON</b>   |
| <b>Teléfono:</b>             | 593 04 2269269  |
| <b>Correo:</b>               | eduardo.raad@cti.espol.edu.ec   |
| <b>Página Web:</b>           | <a href="http://www.cti.espol.edu.ec/">http://www.cti.espol.edu.ec/</a> |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Nombre:</b>               | David Chang   |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>ESPOL CTI-PARCON</b>   |
| <b>Correo:</b>               | david.chang@inventio.gob.ec   |
| <b>Página Web:</b>           | <a href="http://www.cti.espol.edu.ec/">http://www.cti.espol.edu.ec/</a> |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Nombre:</b>               | Enrique Peláez  |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>ESPOL CTI-PARCON</b>   |
| <b>Teléfono:</b>             | 593 04 2269-777 ext. 7007, 7030   |
| <b>Correo:</b>               | epelaez@espol.edu.ec  |
| <b>Página Web:</b>           | <a href="http://www.cti.espol.edu.ec/">http://www.cti.espol.edu.ec/</a> |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Nombre:</b>               | Gustavo Buitrón   |
| <b>Empresa/ Institución:</b> | <b>Accroach Code</b>  |
| <b>Teléfono:</b>             | 593 997597128   |
| <b>Correo:</b>               | gebc@accroachcoode.com  |
| <b>Página Web:</b>           | <a href="http://www.accroachcode.com">http://www.accroachcode.com</a> |

**BIBLIOGRAFIA**

AESOFT. (2011). Recuperado de <http://www.aesoft.com.ec/www/index.php/noticias/118-slideshow/154-http-www-slideshare-net-aesoft-ot-20489-microsoftfolleto>

Ciudadanía Informada. (2009). El país no ofrece muchas ventajas al inversionista, según un ranking sudamericano; en el mercado hay alternativas para agilizar la legalización de negocios.

Corbella, L. (2012). *PuroMarketing*. Obtenido de PuroMarketing : <http://www.puromarketing.com/72/13925/juegos-facebook-como-herramienta-marketing-digital.html>

El Ciudadano . (08 de enero de 2012). *El Ciudadano* . Obtenido de En 2013 Ecuador alcanzará el Salario Digno: [http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=29937:en-2013-ecuador-alcanzara-el-salario-digno&catid=40:actualidad&Itemid=63](http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=29937:en-2013-ecuador-alcanzara-el-salario-digno&catid=40:actualidad&Itemid=63)

El Telegrafo . (18 de Junio de 2012). *Resolución busca transformación del sector productivo* . Obtenido de [http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com\\_zoo&task=item&item\\_id=43114&Itemid=11](http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=43114&Itemid=11)

IDE Escuela de Negocios . (2012). *IDE Investiga*. Recuperado de <http://www.ideinvestiga.com/ide/portal/main.do?code=169>

IPSA. (2012). Overview 2012.

PriceWaterhouseCoopers. (2009). *PriceWaterhouseCoopers*. Obtenido de [http://www.pwc.es/en\\_ES/es/sectores/entretenimiento-medios/gemo/assets/informe-gemo-09-13.pdf](http://www.pwc.es/en_ES/es/sectores/entretenimiento-medios/gemo/assets/informe-gemo-09-13.pdf)

Real Academia de la Lengua Española . (s.f.). Obtenido de <http://www.rae.es/rae.html>

Revista Iconos 14. (2010). *Revista Icono 14* , 33-58.

Subdirección Nacional PROPOEX . (2012). *Perfil y Oferta exportable de Videojuegos* .