
Estudio de Mercado Videojuegos en Estados Unidos

Diciembre 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Miami

pro|CHILE

<i>I. Resumen Ejecutivo</i>	<i>3</i>
<i>II. Descripción General</i>	<i>4</i>
1. Videojuegos	4
2. Consolas.....	5
3. Pasos para el Desarrollo de Videojuegos	7
<i>III. Estructura del Mercado</i>	<i>9</i>
<i>IV. Demanda</i>	<i>13</i>
<i>V. Sugerencias y Recomendaciones.....</i>	<i>16</i>
<i>VI. Ferias y Eventos Relacionados.....</i>	<i>18</i>
<i>VII. Fuentes de Información Relevantes</i>	<i>19</i>

RESUMEN EJECUTIVO

Después de un dramático retroceso en los gastos de los consumidores después de la crisis financiera del 2008, la industria de videojuegos está comenzando lentamente a recuperar parte del impulso que había construido a principios de la década. Sin embargo, la aparición de juegos de bajo costo para dispositivos móviles ha congelado la demanda por otros juegos y podría continuar atenuando las oportunidades de crecimiento en un futuro cercano.

En los últimos cinco años, los ingresos anuales disminuyeron en 1,7% por año. Para el 2012, se espera que los ingresos sean por US\$ 34,2 mil millones, muy por debajo del peak del 2008 de US\$ 41,2 mil millones. Sin el lanzamiento de consolas importantes desde el 2006, la industria ha dependido de elementos complementarios y suministros para retener el interés del consumidor.

El lanzamiento de Kinect, un sensor de movimiento para la Xbox 360, parcialmente compensó las significativas disminuciones en los ingresos de Nintendo y las pequeñas disminuciones entre la mayoría de los editores de juegos.

Las expectativas futuras de crecimiento para la industria de los videojuegos se han moderado significativamente debido a un panorama más claro del mercado de los juegos en plataformas móviles. Dado que los juegos móviles se venden a un precio mucho menor en comparación con las consolas tradicionales y juegos de computador, su aumento puede pronosticar una desaceleración del mercado de los videojuegos para consolas tradicionales en Estados Unidos. Mientras que las versiones de la próxima generación de consolas de videojuegos, que se esperan para finales de 2012 y 2013, deben incitar el interés por juegos para estas consolas.

El crecimiento de la población es otra variable a considerar ya que aumenta el porcentaje de estadounidenses que utilizan estos productos, y a medida que envejecen las generaciones de jugadores van introduciendo de manera más fácil las nuevas generaciones a los videojuegos.

Como resultado, se prevé que los ingresos alcancen US\$ 44,7 mil millones en 2017, lo que representa una tasa media de crecimiento anual del 5,5%.

DESCRIPCIÓN GENERAL

1. VIDEOJUEGOS

Un videojuego o juego de vídeos es un software creado para el entretenimiento en general y basado en la interacción entre una o varias personas por medio de un controlador y un aparato electrónico que ejecuta dicho videojuego; este dispositivo electrónico puede ser una computadora, una máquina arcade, una videoconsola, un dispositivo portátil (un teléfono móvil, por ejemplo) los cuales son conocidos como "plataformas". Aunque, usualmente el término "video" en la palabra "videojuego" se refiere en sí a un visualizador de gráficos rasterizados, hoy en día se utiliza para hacer uso de cualquier tipo de visualizador.

Luego del fin de la Segunda Guerra Mundial, en la década de 1940, las potencias vencedoras construyeron las primeras supercomputadoras programables como el ENIAC, de 1946. En ese entonces, comenzaron los primeros intentos por implementar programas de carácter lúdico (inicialmente programas de ajedrez), y se fueron repitiendo durante las décadas siguientes. Los primeros videojuegos modernos aparecieron en la década de los 60, y desde entonces el mundo de los videojuegos no ha cesado de crecer y desarrollarse con el único límite que le ha impuesto la creatividad de los desarrolladores y la evolución de la tecnología. En los últimos años, se asiste a una era de progreso tecnológico constante dominada por una industria que promueve un modelo de consumo rápido donde las nuevas superproducciones quedan obsoletas en pocos meses.

El reflejo más inmediato de la popularidad que ha alcanzado el mundo de los videojuegos en las sociedades contemporáneas, lo constituye una industria que da empleo a 120 000 personas y que genera unos beneficios multimillonarios que se incrementan año tras año. Al igual que ocurriera con el cine y la televisión, el videojuego ha logrado alcanzar en apenas medio siglo de historia el estatus de medio artístico, y semejante logro no ha tenido lugar sin una transformación y evolución constante del concepto mismo de videojuego y de su aceptación. Nacido como un experimento en el ámbito académico, logró establecerse como un producto de consumo de masas en tan sólo diez años, ejerciendo un formidable impacto en las nuevas generaciones que veían los videojuegos con un novedoso medio audiovisual que les permitiría protagonizar en adelante sus propias historias.

2. CONSOLAS

Una videoconsola es un pequeño sistema electrónico que está diseñado para ejecutar juegos desarrollados en un computador personal o servidor. Al igual que los ordenadores personales, pueden adoptar diferentes formas y tamaños; de este modo, pueden ser de sobremesa, es decir, requieren ser conectadas a un televisor para la visualización del videojuego, y a la red eléctrica para su alimentación, en la cual suelen consumir 12 voltios, o bien el dispositivo electrónico videoconsola portátil, que cuenta con una pantalla de visualización integrada y una fuente de alimentación propia (baterías o pilas).

En la Industria de los videojuegos, las videoconsolas han sido clasificadas en distintas generaciones. Esta clasificación la determina su tiempo de lanzamiento y la tecnología existente en ese momento. Las empresas fabricantes lanzan una nueva consola en determinado tiempo (que puede variar entre 5 o 6 años).

Las primeras videoconsolas que aparecieron en el mercado llevaban procesador de 8 bits. A partir de la segunda generación algunos fabricantes ya presentaban equipos de 16 bits. A partir de esta cantidad, se fueron realizando las siguientes generaciones de consolas.

Los primeros sistemas de videoconsolas fueron diseñados únicamente para jugar videojuegos pero a partir de la sexta generación de videoconsolas han sido incorporadas características importantes de multimedia, internet, tiendas virtuales, servicio en línea como: Conexión Wi-Fi de Nintendo, PlayStation Network y Xbox Live.

Consolas de Sobremesa:

Generación	Año	Bits	Consolas
Primera generación	(1972/1977)	8 bits	Magnavox Odyssey, Magnavox Odyssey 100, Magnavox Odyssey 200, Atari Pong, Coleco Telstar
Segunda generación	(1978/1984)	8 bits	Fairchild Channel F, Atari 2600, Magnavox Odyssey, Intellivision, Atari 5200, Vectrex, Arcadia 2001, ColecoVision, TV-Game 6, Sega SG-1000
Tercera generación	(1985/1992)	8 bits	Atari 7800, Nintendo Entertainment System, Sega Master System, PV-1000, Epoch Cassette Vision, Supergame VG 3000
Cuarta generación	(1993/1998)	16 bits	Sega Mega Drive, Neo-Geo, Super Nintendo Entertainment System, TurboGrafx-16/PC Engine, CD-TV, CD-i
Quinta generación	(1995/2000)	32 bits y 64	3DO, AmigaCD32, Atari Jaguar, Sega Saturn, Virtual Boy, PlayStation, Nintendo 64, Apple Pippin, Casio Loopy, Neo Geo CD, PC-FX, Playdia, FM Towns Marty

		bits	
Sexta generación	(1999/2006)	128 bits	Sega Dreamcast, PlayStation 2, Xbox y Nintendo GameCube
Séptima generación	(2005/actualidad)		Xbox 360, PlayStation 3, Wii
Octava generación	(2012/actualidad)		Wii U, Ouya

Consolas Portátiles:

Generación	Año	Consolas
Primera generación	(1972/1977)	Mattel Auto Race, Electronic Quarterback
Segunda generación	(1978/1984)	MB Microvision, Entex Select A Game, Game & Watch, Epoch Game Pocket
Tercera generación	(1985/1992)	Game & Watch, Epoch Game Pocket
Cuarta generación	(1993/1995)	Game Boy, Sega Game Gear, Atari Lynx, Watara Supervision, Game Boy Pocket, TurboExpress
Quinta generación	(1996/2000)	Sega Nomad, Game Boy Color, Game Boy Light, Neo Geo Pocket, Mega Duck, Gamate, Game.com, WonderSwan
Sexta generación	(2001/2006)	Neo Geo Pocket Color, SwanCrystal, Game Boy Advance, Game Boy Advance SP, Game Boy Micro, Tapwave Zodiac, GP32, (N-Gage y N-Gage QD)
Séptima generación	(2005/2012)	Nintendo DS/Nintendo DS Lite/ Nintendo DSi/Nintendo DSiXL, PlayStation Portable / PlayStation Portable Slim & Lite/ PSP 3000 / PlayStation Portable Go , GP2X/ GP2X Wiz
Octava generación	(2011/Actualidad)	Nintendo 3DS/Nintendo 3DS XL, PlayStation Vita, Wii U

3. PASOS PARA EL DESARROLLO DE VIDEOJUEGOS

El desarrollo de videojuegos es la actividad por la cual se diseña y crea un videojuego, desde el concepto inicial hasta el videojuego en su versión final. Ésta es una actividad multidisciplinaria, que involucra profesionales de la informática, el diseño, el sonido, la actuación, etcétera. El proceso es similar a la creación de software en general, aunque difiere en la gran cantidad de aportes creativos (música, historia, diseño de personajes, niveles, etc) necesarios. El desarrollo también varía en función de la plataforma objetivo (PC, móviles, consolas), el género (estrategia en tiempo real, rpg, aventura gráfica, plataformas, etc) y la forma de visualización (2D, 2.5D y 3D).

El desarrollo de un videojuego generalmente sigue el siguiente proceso:

1. Concepción de la idea del videojuego:

En esta etapa es necesario definir los aspectos fundamentales que conformarán el videojuego, entre los que se encuentran:

- Género: Dentro de que género o géneros se va a desarrollar el juego. De no corresponder a un género conocido, se deben especificar las características.
- Game play: Lo que generará diversión a la hora de jugarlo.
- Story board: Algunas ideas sueltas acerca de cómo debe lucir el juego en cuanto a personajes, ambientación, música, etc.

2. Diseño:

En esta fase se detallan todos los elementos que compondrán el juego, dando una idea clara a todos los miembros del grupo desarrollador acerca de cómo son. Entre estos elementos tenemos: historia, arte conceptual, sonido, mecánica de juego y diseño de programación.

De toda la fase de diseño es necesario generar un documento llamado Documento de Diseño, que contiene todas las especificaciones de arte, mecánicas y programación.

3. Planificación:

Para esta fase, se deben identificar las tareas necesarias para la ejecución del videojuego y se reparten entre los distintos componentes del equipo desarrollador. También se fijan plazos para la ejecución de dichas tareas y reuniones clave, con la ayuda de herramientas de diagramación de actividades como GANTT y PERT.

4. Producción:

Aquí se llevan a cabo todas las tareas especificadas en la fase de planificación, teniendo como guía fundamental el documento de diseño. Esto incluye entre otras cosas la codificación del programa, la creación de sprites, tiles y modelos 3d, la grabación de sonidos, voces y música, la creación de herramientas para acelerar el proceso de desarrollo, entre otras.

5. Pruebas:

Al igual que en otros tipos de software, los videojuegos deben pasar por una etapa donde se corrigen los errores inherentes al proceso de programación y a diferencia de aquellos, los videojuegos requieren un refinamiento de su característica fundamental, la de producir diversión de manera interactiva (jugabilidad). Generalmente esta etapa se lleva a cabo en dos fases:

- Pruebas alpha: Se llevan a cabo por un pequeño grupo de personas, que con anterioridad estén involucradas en el desarrollo, lo que puede incluir artistas, programadores, coordinadores, etc. El propósito es corregir los defectos más graves y mejorar características de jugabilidad no contempladas en el documento de diseño.
- Pruebas beta: Estas pruebas se llevan a cabo por un equipo externo de jugadores, bien sea que sean contratados para la ocasión o que sean un grupo componente del proyecto (grupo QA). De estas pruebas el videojuego debe salir con la menor cantidad posible de defectos menores y ningún defecto medio o crítico.

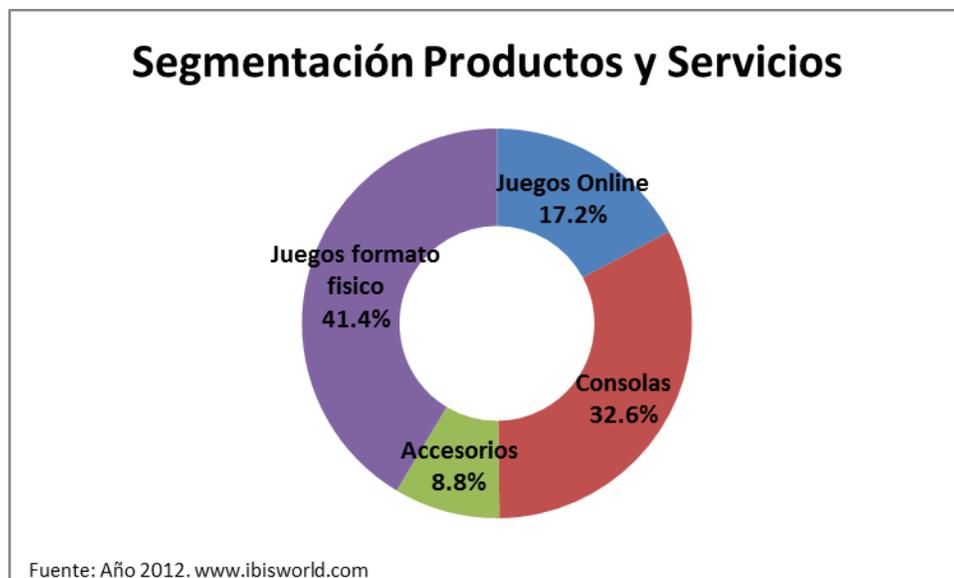


ESTRUCTURA DEL MERCADO

Los mayores participantes de la industria de videojuegos son los fabricantes de consolas como Sony y Microsoft, pero no son el foco del mercado. Las consolas no son más que un medio para la venta de juegos y accesorios. Por lo tanto, los juegos son el foco inevitable de la industria, ya que las ventas de videojuegos y accesorios son el motor fundamental de la rentabilidad.

El desarrollo de juegos es uno de los sectores con mayor crecimiento en ingresos relacionados con la industria. Las compañías están invirtiendo cada vez más dinero en la creación de sus juegos, especialmente aquellos con una marca preexistente. Por lo tanto, las tarifas que cobran los desarrolladores de videojuegos están aumentando proporcionalmente. La inversión en el desarrollo se está volviendo fundamental para la competitividad entre los publishers, los nuevos sistemas de consola que impulsan la demanda, y las experiencias de calidad en juegos elevan las expectativas de los clientes.

IBISWorld estima que los ingresos para el desarrollo crecerán a una tasa anual de 12,8% entre 2007 y 2012 como resultado de los cambios que esta viviendo la industria.



La edición de software de Videojuegos funciona de manera similar a la edición de libros: los desarrolladores son los autores, pero la edición representa una porción más grande que la autoría en sí del software. Para el 2012 se esperan lanzamientos de video juegos por un total de US\$ 12,1 mil millones.

Como los juegos se vuelven más comunes, el valor de los títulos, tales como Halo, Super Mario, Grand Theft Auto y otros, son de mayor valor para la industria. Su popularidad, permite a los publishers cobrar cantidades importantes por su distribución, ya que los minoristas necesitan estos títulos en sus vitrinas como importante motor de ventas. Se estima que durante los años 2007 y 2012 las ventas para los minoristas crecerán en un 9,8%.

El comercio minorista de videojuegos es el mayor segmento en la industria, pero también es uno de los más volátiles, ya que la compra de juegos está estrechamente relacionada con el lanzamiento de nuevos sistemas de consolas.

Históricamente, los dos años siguientes al surgimiento de nuevas consolas, es cuando los juegos se venden en grandes cantidades. Hay varias razones para esta tendencia, pero el alto precio de las nuevas consolas asegura que sólo los jugadores que juegan constantemente los compren tan pronto como salen al mercado. Además, los programadores y desarrolladores necesitan tiempo para perfeccionar el nuevo lenguaje y estilos para la creación de juegos para un nuevo sistema.

Para PC, donde los jugadores hombres son más propensos a utilizarlos que las mujeres, los juegos de estrategia y los juegos de roles son hoy en día los más populares. Esta tendencia no sólo se debe a las diferencias demográficas, sino que a la mecánica y los aspectos prácticos de la utilización de un ratón o un teclado que pueden ser considerados mejores que los de un controlador personalizado. La naturaleza del punto y click del mouse en el computador, se adapta perfectamente a juegos estratégicos de tiempo real; por lo tanto, el 35,4% de los juegos de PC están diseñados para jugar de esa manera, mientras que sólo el 2,7% de los juegos de consola cae en esa categoría. Los intentos por llevar juegos de estrategia a sistemas de consola siempre han decepcionado a los operadores de la industria.

La prevalencia de los juegos para niños en formato para PC también indica la predilección de los padres a favor del PC como una oferta de entretenimiento y educación. Además, dado que el PC ha estado disponible por más tiempo y cuenta con una mayor penetración entre la población. Otro punto a favor es que los estadounidenses mayores se sienten más cómodos usando un PC, en vez de una consola.

Los juegos de acción, que cubren todo, desde juegos de plataforma hasta juegos de formato Wii, están creciendo rápidamente entre las consolas de videojuegos, ya que los desarrolladores intentan captar más adeptos en el segmento femenino.

La tendencia de los padres a jugar juntos con sus hijos es otro factor que está impulsando el crecimiento de la industria. Según NPD¹, el 93% de los padres que juegan lo hacen junto a sus hijos. Casi la mitad de los juegos vendidos en 2007 obtuvo una calificación "E", lo que indica que el juego es apto para todas las edades. Además, durante el mismo año, la edad media del comprador de juegos fue de 40 años, lo que indica que los juegos para niños son comprados por los padres, los cuales juegan juntos.

Si bien las consolas son el medio necesario para utilizar los videos juegos, las compañías creadoras de éstas han presentado pérdidas en el último tiempo. Por lo que ven en los desarrolladores y publishers como una fuente que impulsa sus ingresos, ya que los fabricantes de consolas aseguran un porcentaje de los ingresos a través de derecho que otorgan a los publishers y desarrolladores de juegos.

Mientras que los juegos se venden en volúmenes unitarios muy superiores a las consolas, la venta al por menor de consolas considera un precio considerablemente mayor que la compra de un videojuego, lo que la ha convertido en el segundo mayor segmento de productos en esta industria. La distribución al por menor, y el desarrollo de las consolas en Estados Unidos tiene un valor de aproximadamente US\$ 11,1 mil millones, o el 32,6% de todos los ingresos de la industria. El desarrollo de la tecnología de una nueva consola representa aproximadamente el 25% de los ingresos.

Con el lanzamiento de la Wii, Nintendo ha alterado de manera significativa el mercado de las consolas. En el pasado, el mercado de las consolas había estado dominado por dos jugadores, como Sega y Nintendo durante gran parte de la década de los 90. Esta tendencia continuó con Sony y Microsoft hasta el año 2006 cuando Nintendo lanzó el Wii, que surgió con la idea de revolucionar la manera de jugar.

En los últimos años, Sony ha dominado el mercado, lo que se evidencia por el número de ventas de PlayStation 2 (PS2), que se mantiene como la consola más popular de la historia. Las ventas se han mantenido fuerte desde el lanzamiento de la nueva generación de consolas, ya que la consola se considera una alternativa más barata. También, hay una gran cantidad de juegos ya hechos para dicho sistema, que son ahora más baratos que en el pasado debido a la presencia de nuevos competidores.

La venta de los juegos antiguos y el fomento del uso de estos en las nuevas consolas, es un elemento que hace más atractivo para quienes utilizan consolas de generaciones anteriores debido a la compatibilidad hacia atrás de las nuevas plataformas. Por ejemplo, este factor hace que los juegos diseñados para la primera Xbox se pueden jugar en la Xbox 360, animando a los propietarios de Xbox existentes a actualizar al nuevo sistema. Esta tecnología se aplica de diferentes maneras a la PS2 y PS3 también.

¹ Consultora de estudios de mercados <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/home/>

Las consolas portátiles han resurgido en popularidad, con la PlayStation Portable y Nintendo DS vendiéndose un gran número de unidades.

Hoy en día como los padres están cada vez más escasos de tiempo, ven en los juegos portátiles como una forma ideal para mantener a los niños bajo control en el asiento trasero del auto. Además, esta tendencia se vincula con la aparición de iPods y otros reproductores de música portátiles.

El entretenimiento electrónico portátil, ha mostrado un crecimiento debido a un público cada vez más móvil. Estos dispositivos electrónicos y sus juegos se venden por mucho menos que sus equivalentes más grandes, no contribuyendo en gran medida a los ingresos totales. Sin embargo, es un mercado donde las grandes compañías están centradas en controlar.

Juegos en línea: el futuro

Mientras que las ventas y el desarrollo de juegos y nuevas consolas son todavía fuertes, el crecimiento de la industria tiende hacia jugadores en línea. Los videojuegos que involucran competencia y cooperación entre los jugadores son más sencillos de utilizar cuando se hace a través de un formato en línea, ya que hay más opciones para los jugadores, tales como descargas de paquetes de expansión para los juegos existentes y universos online que están creciendo en popularidad, especialmente en juegos del tipo "World of Warcraft".

Sin embargo, por encima y más allá de estas razones está la posibilidad de que los publishers de juegos y fabricantes de consolas tomen una cuota del mercado a través de la prestación de servicios en línea. Por ejemplo, el efecto de iTunes de Apple sobre las ventas del iPod a través de software, demuestran las fuentes de ingresos que se pueden generar a partir de este mercado. Si Xbox Live de Microsoft service ofrece descargas gratuitas de juegos durante un mes después de la compra, incita a las familias y amigos a comprar una Xbox 360, ya que pueden compartir los juegos y jugar juntos. Este factor, fomenta la compra de más juegos en el futuro.

Sin embargo, los juegos de PC siguen siendo el dominio principal del juego en línea, ya que la infraestructura ya existe para jugar a través de Internet. El uso de servicios en línea en las consolas está todavía en sus inicios, las consolas requieren una conexión a Internet y el pago de una suscripción a un servicio en línea independiente y adicional a las tarifas de conexión a Internet.

Los ingresos por suscripciones de videojuegos online son el segmento de más rápido crecimiento, aumentando a una tasa promedio anual de más del 40% durante los últimos cinco años hasta 2012. En 2009, World of Warcraft representó alrededor de la mitad de los ingresos de los juegos de suscripción en línea, una hazaña asombrosa en un mercado saturado. Se estima que las suscripciones de juego en línea generaron US\$ 5,9 mil millones en 2012.

Además, los publishers recurren cada vez más a contenido descargable para complementar sus juegos. Como mapas adicionales, misiones para un solo jugador y modos multijugador, que se

venden directamente a los jugadores por un precio menor. Los editores ofrecen estos servicios adicional a través de la web del juego (para PC) o mercados en línea para las consolas (como el Xbox Live Arcade para Xbox 360 o la Playstation Network para PS3). Del mismo modo, las plataformas de distribución en línea para PC permiten a los consumidores comprar videojuegos completos en su fecha de lanzamiento para descargar directamente a su PC. Los publishers de videojuegos en línea han adoptado este formato, ya que disminuye los costos de producción al no utilizar medios físicos de distribución.

A los jugadores les gusta personalizar

El desarrollo de accesorios se está convirtiendo en un elemento importante en la generación de rentabilidad en la industria. El éxito de juegos que incorporan equipamiento extra, como SingStar (micrófonos) y Guitar Hero está alentando una mayor inversión en este campo. La venta de accesorios se está convirtiendo en un método popular para mejorar los ingresos durante los años lentos después del lanzamiento, conduciendo a que las consolas de nueva generación vayan incorporando nuevos accesorios durante el tiempo.

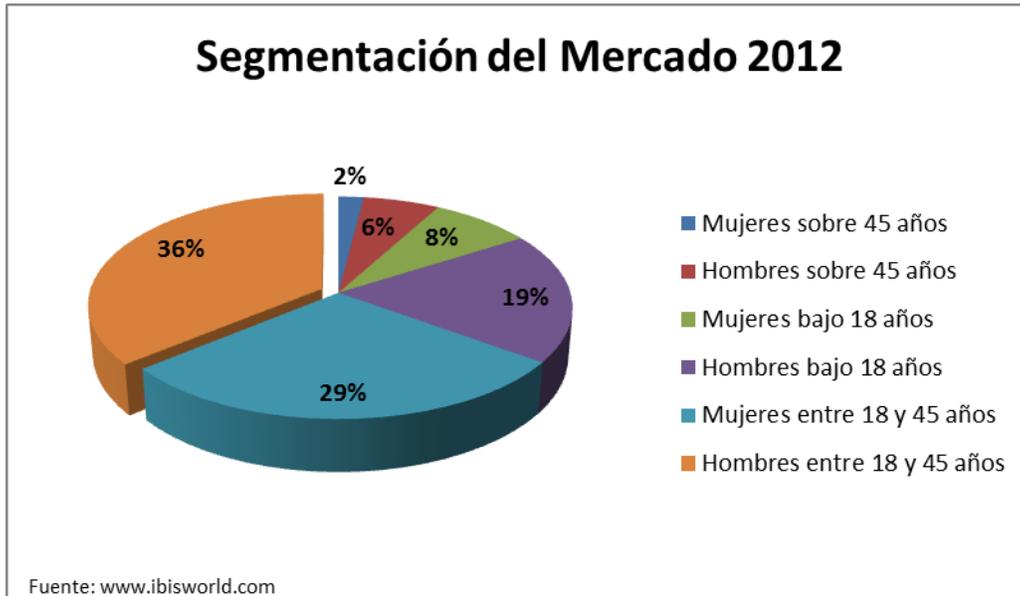
La introducción del Nintendo Wii, con énfasis en el uso de controles infrarrojos, estimuló el crecimiento de ventas de accesorios en la industria. En particular, Nintendo logró captar con éxito el segmento femenino el cual antes del lanzamiento de Wii era muy esquivo. El diseño de la consola originó el desarrollo de numerosos accesorios. Hoy en día, las consolas ofrecen accesorios como controles inalámbricos, volantes, joysticks, armas, la balance board de Wii fit, el mat de Wii fit, fundas para diversos accesorios, guitarras y el Nunchuk Controller.

En 2011, Microsoft lanza Kinect para Xbox 360 teniendo éxito y generando ingresos adicionales para esta compañía. A medida que más éxito va teniendo este tipo de accesorios más juegos se han ido diseñando con idea específica de incrementar la venta de accesorios, se pronostica que este segmento seguirá creciendo.

IV. DEMANDA

Analizando la industria de los videojuegos, accesorios y consolas indicaría que se trata de una industria de bienes de lujo. Este factor supone que en tiempo que la economía presenta problemas, las personas tienen mayor conciencia al momento de realizar un gasto en este tipo de productos. Sin embargo, este factor no parece ser el caso, ya que la industria ha sobrellevado una recesión sin demasiado daño.

De acuerdo con el reporte anual 2011 de la Entertainment Software Association (ESA), algunas de las razones principales de los jugadores compren videojuegos son: la calidad de los gráficos del juego, una historia interesante, una secuela de su juego favorito, y la publicidad de en boca en boca.



Cientes leales por Siempre

Una de razones por la que hay tan poca volatilidad en el crecimiento de la industria es que los clientes nunca tienen una edad para considerarlos potencialmente perdidos. La primera consola comercialmente accesible fue lanzada en 1972, pero llegó a ser común hasta la década de los 80 cuando Atari lanzó Asteroids. Los que utilizaron estos juegos cuando eran niños o adolescentes están más abiertos a utilizarlos aun cuando superan los 40 años.

Año tras año, más niños se han convertido en jugadores, actividad que realizan junto a sus padres que ahora son jugadores veteranos con una práctica ya arraigada. Por lo tanto, el conjunto de jugadores potenciales sigue creciendo. Sin embargo, este factor no es el único determinante de la demanda en sí.

La tendencia a comprar juegos para niños es impulsado por el aumento de los niveles de ingresos. Cualquier reducción en los ingresos disponibles es probable que afecten el interés de un Individuo a gastar en videojuegos. La caída en el nivel de ingresos de las personas durante el 2007 y 2008 ha tenido efecto negativo sobre el crecimiento mundial de la Industria, Pero ha

repuntado paulatinamente con éxito debido al ya mencionado aumento en el mercado potencial.

Lanzamientos

El lanzamiento de nuevas consolas es considerado como un motor para la industria. La venta de juegos y consolas es impulsada por el lanzamiento de nuevos sistemas, como la mejora de la capacidad tecnológica, o sea la mejora del juego en general como experiencia.

Previamente al lanzamiento, los desarrolladores de juegos y consolas reciben más fondos para que estén disponible suficientes juegos cuando se haga el lanzamiento. Del mismo modo, durante los años iniciales al lanzamiento de una nueva consola, las ventas de accesorios se incrementan.

Durante el tiempo que no se hacen nuevos lanzamientos los desarrolladores y publishers trabajan para asegurar que los ingresos se mantengan a flote, ya que los consumidores se mantienen lejanos a realizar nuevas compras hasta que los nuevos productos estén disponibles. En este sentido, la industria es capaz de generar su propia demanda.

Otro avance tecnológico que ha impulsado la demanda de videojuegos es el desarrollo de los equipos de entretenimiento del hogar como televisores, equipos de sonido y home theater systems. Por lo que la experiencia de jugar se ha vuelto envolvente como el cine.

Playtime

La disponibilidad de tiempo para jugar es otro elemento clave para que las personas gasten en videojuegos. Las personas tienen más tiempo libre cuando se produce un aumento en el precio de actividades alternativas, tales como asistir a eventos deportivos, películas, conciertos, comprar DVD, CD o música y cine en línea. Es en estos casos cuando los videojuegos aparecen como una alternativa menos costosa, ya que se invierte una única vez por un videojuego y se utiliza más tiempo en concluirlo.

Los hombres jóvenes han predominado como el segmento clave durante toda la vida de esta industria. Sin embargo, las compañías están buscando nuevos mercados como las mujeres y personas de mayor edad. A finales de los años noventa y principios del 2000 el segmento de mujeres jugadoras se estancó debido que gran parte de los juegos eran diseñados para el mayor grupo que los consume, los hombres. Sin embargo, los recientes acontecimientos en el diseño de juegos y comercialización han dado paso a que el mercado de las mujeres sea un segmento potencial para el crecimiento.

¿Es importante la edad?

Hoy en día la mayoría de los títulos existentes atienden a un público masculino menor de 40 años, pero esto está cambiando debido a que el mercado femenino es actualmente uno de los focos. Es uno de los restantes grupos demográficos que permanecen disponibles para la

industria. El segmento femenino representa el 40% de los jugadores, el 48% de los compradores de videojuegos y el 39% de los ingresos totales generados por la industria, sin embargo, es un segmento de mercado conocido pero sin la mayor atención por parte de la industria.

Hace 25 años, los pioneros en el uso de videojuegos eran adolescentes. Hoy en día esas personas están sobre los 40 años de edad y algunos muy cercanos a los 50 años. Es por eso que la industria esta diseñando y desarrollando juegos para cautivar a este segmento de personas mayores edad. Esta tendencia ha comenzado con los videojuegos de Nintendo DS Brain Age, y se espera que más compañías se sumen al desarrollo de éstos por el potencial que presentan estos primeros jugadores, pero que hoy cuentan con un poder de compra mucho mayor que cuando eran adolescentes.

Sin embargo, a pesar de toda la atención que actualmente se le está dando al segmento femenino, es prudente recordar que la gran mayoría de los jugadores (55%) son hombres y menores de 45 años de edad. Independientemente de los nuevos intentos de las compañías más grandes de la industria por capturar nuevos mercados, los clientes varones constituyen el elemento vital de ingresos de la industria, y lo seguirá siendo por tiempo indefinido.

Muchos de los títulos más vendidos en el mundo en este momento son claramente de un enfoque masculino como lo son: Halo 3, Grand Theft Auto IV, Gran Turismo 5 y Metal Gear Solid 4. Siempre hay que considerar que los videojuegos es una industria dominada por las exigencias de los hombres jóvenes.

V ■ SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Según la opinión de los principales desarrolladores de videojuegos no existe un manual que diga lo que se debe hacer para crear videojuegos exitosos, tampoco se trata de un don, sólo el trabajo constante, el estudio, la observación y la disciplina permitirán tener éxito.

Al desarrollar videojuegos con fines comerciales, los publishers (editores) constituyen una buena opción para la distribución y venta del producto. Un Publisher es una compañía que se encarga de vender videojuegos, propios o de terceros, realizando la difusión y distribución del mismo. En algunos casos los editores incluso pueden financiar el desarrollo de videojuegos.

Ventajas de Trabajar con Publishers de Videojuegos

Gran promoción y difusión de videojuegos

A los publishers les interesa tanto como al desarrollador vender videojuegos, por tal motivo tienen recursos destinados a la promoción y distribución de videojuegos en internet. Esta promoción no se limita solamente a publicidades convencionales de Google, la mayoría también posee redes enormes de distribución para los demos de videojuegos, sitios afiliados que igualmente lo venden o acuerdos de publicación con otros editores. En consecuencia, al trabajar con publishers se garantiza que el videojuego llegue a muchas personas sin invertir dinero o mayores esfuerzos en promocionarlo, los publishers se encargan de todo. Esto representa una gran ventaja, sobre todo si se está iniciando en la industria.

Base de clientes fieles

Aparte de la difusión y promoción en diversos sitios, los publishers venden los videojuegos en su página y poseen una base de clientes asiduos a los que conocen muy bien. Si se vendiera los videojuegos por cuenta de los desarrolladores tendrían que empezar a crear una base de clientes invirtiendo dinero y tiempo.

Equipo de verificación de calidad

Los publishers realizan muchas pruebas a los videojuegos en diferentes sistemas y computadoras antes de comercializarlo. Esto garantiza el videojuego correrá bien incluso en máquinas viejas y no se deja de lado a ningún posible cliente con condiciones tecnológicas obsoletas. Adicionalmente, realizan sugerencias para mejorar el videojuego o hacerlo más atractivo para el segmento que ellos manejan, por ejemplo: cambiar la música de la introducción, simplificar un tutorial o cualquier otra exigencia.

Experiencia comercial

Hay publishers que venden una enorme cantidad de videojuegos al mes, tienen años en esa industria e incluso han desarrollado sus propios videojuegos. Ellos tienen conocimientos sobre cuándo conviene publicar un videojuego, dónde y cómo. Saben de marketing, tienen muchos contactos y están presentes en eventos a nivel mundial. Si se trabaja con ellos se tiene a disposición todos los beneficios de esa experiencia acumulada.

Prestigio y notoriedad

Algunos publishers tienen gran prestigio ante los consumidores y otros publishers, lograr que un videojuego sea publicado en alguno de sus sitios garantiza notoriedad aunque se esté comenzando en esta industria.

Todos los publishers tienen su forma particular de trabajar, algunos pueden exigir la exclusividad de distribución del videojuego, otros se especializan solo en cierto tipo de videojuegos como por ejemplo: sociales, móviles, para tv, entre otros. A continuación, se presenta un listado con algunos publishers de distintas plataformas:

- Big Fish Games
- Microsoft Casual Games
- Steam
- Chillingo
- Alawar Games
- Intenium
- Rumble
- G5 games
- 6waves
- Mochi Media
- Linux Game Publishing
- Funkitron
- GameHouse
- FreshGames
- Bulkypix
- Nobilis
- Spil Games
- Attaction
- Reverb Publishing
- ERS Games Studios

VI. FERIAS Y EVENTOS RELACIONADOS

- GDC, Game Developers Conference <http://www.gdconf.com/attend/passes.html>

Feria anual que se lleva a cabo en San Francisco, California entre el 25 y 29 de marzo del 2013. Constituye la mejor instancia para establecer relaciones con publishers, inversionistas y estudios de desarrollo de videojuegos en Estados Unidos. En esta feria se junta la oferta y la demanda de la industria por lo que se trata de la mejor plataforma para realizar negocios.

Por otra parte durante la feria se puede asistir a seminarios y conferencias que permiten ver el estado del arte y las tendencias en tecnología y desarrollo.

- Casual Connect, Seattle seattle.casualconnect.org
Feria y seminarios orientados a la industria de iPhone, Social, Android, Flash, Browser MMO y Download Games.
- Electronics Entertainment Expo E3, Los Angeles, California desde 11 al 13 de junio 2013 <http://www.e3expo.com/>
- CGamesUSA 2013 - 18th International Conference on Computer Games. Desde el 29 de Julio al 1 de agosto 2013 en Louisville, Kentucky. <http://cgamesusa.com/>

VII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES

- IbisWorld Industry Report Video Games in the U.S. 2012
- Blog <http://www.xklibur.com/>
- Wikipedia
- Entertainment Software Association. <http://www.theesa.com/>